

HUMBOLDT-UNIVERSITÄT ZU BERLIN
INSTITUT FÜR BIBLIOTHEKS- UND INFORMATIONSWISSENSCHAFT



BERLINER HANDREICHUNGEN
ZUR BIBLIOTHEKS- UND
INFORMATIONSWISSENSCHAFT

HEFT 314

**„FIZBW, WENN SIE MEHR WISSEN WOLLEN ...“:
DER VISUELLE AUFTRITT DES
FACHINFORMATIONSZENTRUMS DER BUNDESWEHR
IN PRINTMATERIALIEN UND IN DIGITALEN PRÄSENTATIONEN**

VON
UTE RÜFFER

**„FIZBW, WENN SIE MEHR WISSEN WOLLEN ...“:
DER VISUELLE AUFTRITT DES
FACHINFORMATIONSZENTRUMS DER BUNDESWEHR
IN PRINTMATERIALIEN UND IN DIGITALEN PRÄSENTATIONEN**

**VON
UTE RÜFFER**

Berliner Handreichungen zur
Bibliotheks- und Informationswissenschaft

Begründet von Peter Zahn
Herausgegeben von
Konrad Umlauf
Humboldt-Universität zu Berlin

Heft 314

Rüffer, Ute

„FIZBw, wenn Sie mehr wissen wollen ...“ : der visuelle Auftritt des Fachinformationszentrums der Bundeswehr in Printmaterialien und in digitalen Präsentationen / von Ute Rüffer. – Berlin : Institut für Bibliotheks- und Informationswissenschaft der Humboldt-Universität zu Berlin, 2011. – 79 S. : Ill. – (Berliner Handreichungen zur Bibliotheks- und Informationswissenschaft ; 314)

ISSN 14 38-76 62

Abstract:

„FIZBw, wenn Sie mehr wissen wollen ...“ – mit diesem selbstbewußten Slogan präsentiert sich das Fachinformationszentrum der Bundeswehr (FIZBw) als zentrale militärische Spezialbibliothek. Was für eine Informationseinrichtung steht hinter diesem (An-)Spruch, wie ist ihr visueller Auftritt in ihren Printmaterialien und in digitalen Präsentationen gestaltet und ist das Erscheinungsbild adäquat? Diese Fragen stehen im Mittelpunkt dieser Arbeit. Nach der Darstellung des FIZBw mit seiner Bedeutung für die Bundeswehr folgt die Beschreibung der Basiselemente des Organisationsdesigns sowie die Betrachtung ihres Einsatzes mit der Leitfrage: Ist im visuellen Auftritt ein Organisationsdesign erkennbar und was sind seine Merkmale? Im Anschluß daran wird der Frage nachgegangen, ob die Gestaltung und der sprachliche Ausdruck der Printmaterialien und der digitalen Präsentationen des FIZBw im Intranet der Bundeswehr zielgruppenadäquat sind. Daran schließt sich eine Untersuchung an, wie sich der Auftritt des FIZBw im Intranet der Bundeswehr unter dem Gesichtspunkt der Web-Usability präsentiert. Die Ergebnisse und Empfehlungen, die dem FIZBw hinsichtlich der Gestaltung seines visuellen Auftritts gegeben werden können, werden anschließend dargestellt.

Diese Veröffentlichung geht zurück auf eine Masterarbeit im postgradualen Fernstudiengang Bibliotheks- und Informationswissenschaft (Library and Information Science) an der Humboldt-Universität zu Berlin.

Online-Version: <http://edoc.hu-berlin.de/series/berliner-handreichungen/2011-314>

Inhalt

Abbildungsverzeichnis	7
1 Einleitung	9
1.1 Das Fachinformationszentrum der Bundeswehr (FIZBw) in der bisherigen Forschung	10
1.2 Die Relevanz des Themas des visuellen Auftritts	10
2 Das FIZBw und seine Bedeutung für die Bundeswehr	14
2.1 Geschichte	14
2.2 Auftrag	15
2.3 Gliederung, Aufgabenverteilung und Personal	17
2.4 Ausgewählte Leistungszahlen	17
2.5 Sammel- und Erschließungsschwerpunkte	18
2.6 Wesentliche Informationsdienstleistungen	18
2.7 Die Zielgruppe	21
2.8 Mission ohne Leitbild	21
2.9 Das „Standing“ des FIZBw innerhalb der Bundeswehr	22
2.10 Das Organisationsimage des FIZBw bei ausgewählten Stakeholdern	24
3 Basiselemente des Organisationsdesigns im visuellen Auftritt des FIZBw	27
3.1 Logo	27
3.2 Typographie	29
3.3 Farbe	29
3.4 Gestaltungsraster	30
4 Einsatz der Basiselemente des Organisationsdesigns im visuellen Auftritt des FIZBw	31
4.1 Printmaterialien	31
4.2 Digitale Präsentationen im Intranet der Bundeswehr (IntranetBw)	32
4.3 Leit- und Orientierungssystem	32
4.4 Architektur und Inneneinrichtung	32
4.5 Dienstkleidung	33
4.6 Fazit: Ist im visuellen Auftritt ein Organisationsdesign erkennbar und was sind seine Merkmale?	34

5	Sind Gestaltung und sprachlicher Ausdruck der Printmaterialien und der digitalen Präsentationen zielgruppenadäquat?	35
5.1	Flyer	35
5.2	„Bw-Fachinformation“	36
5.3	Fristzettel	39
5.4	Ausstellungswand	39
5.5	„Wissensportal“	40
5.6	„FIZWissen“	42
5.7	Fazit	44
6	Wie präsentiert sich der Auftritt des FIZBw im IntranetBw unter dem Gesichtspunkt der Web-Usability?	45
6.1	Die Relevanz von Web-Usability in Kombination mit Organisationsdesign	45
6.2	Formale Vorgaben an den Auftritt im IntranetBw	46
6.3	„Wissensportal“	46
6.4	„FIZWissen“	49
6.5	Fazit	50
7	Ergebnisse und Empfehlungen, die dem FIZBw hinsichtlich der Gestaltung seines visuellen Auftritts gegeben werden können	52
	Literatur	57
	Internet- und IntranetBw-Adressen	61
	Abkürzungen	62
	Abbildungen	63

Abbildungsverzeichnis

1.	Logo des FIZBw und der FachInfoUstgBw	63
2a u. 2b.	Flyer	63
3.	Coverseite der „Bw-Fachinformation“	64
4.	Fristzettel	64
5.	Startseite des „Wissensportals“	65
6.	Startseite von „FIZWissen“	65
7.	Türbeschriftung	66
8.	Lehrgangsnachweis	66
9.	Präsentationsfolie	67
10.	Begleitzettel zum Flyer	67
11.	Schriftverkehr	68
12.	Visitenkarten	68
13.	Hinweistafel Haupteingang FIZBw	69
14.	Klingelschild Haupteingang FIZBw	69
15.	Hauptgebäude FIZBw	70
16.	„FIZAktuell“ innerhalb von „FIZWissen“	70
17.	„FIZReport“ innerhalb von „FIZWissen“	71
18.	„FIZDossier“ innerhalb von „FIZWissen“	71
19.	Editorial von „Landstreitkräfte“ der „Bw-Fachinformation“	72
20.	Editorial von „Seestreitkräfte, Marine Corps, Marineinfanterie“ der „Bw-Fachinformation“	72
21.	Editorial von „Sanitätsdienst, Gesundheitswesen“ der „Bw-Fachinformation“	73
22.	Editorial von „Waffen- und Munitionstechnik“ der „Bw-Fachinformation“	73
23.	Editorial von „Sicherheitspolitik und Streitkräfte“ der „Bw-Fachinformation“	74
24.	„Wir über uns“ im „Wissensportal“	74
25.	„Wir über uns“ in „FIZWissen“	75
26.	Photos in „Wir über uns“ in „FIZWissen“ der Abbildung 25	75
27.	Eingangsseite von „FIZRückblick“ innerhalb von „FIZWissen“	76
28.	Kulturgeschichtliche Beleuchtung der Monatsnamen in „FIZRückblick“	76
29.	„FIZRegiotipp“ innerhalb von „FIZWissen“	77
30.	Themen-Wiki „Bibliotheks- und Dokumentationswesen Bw“ innerhalb von „FIZWissen“	77

31.	Suchmaske des Verbundkatalogs im „Wissensportal“	78
32.	Suchmaske des WWW-OPAC des FIZBw innerhalb von „FIZWissen“	78
33.	Suchmaske der erweiterten Suche des WWW-OPAC innerhalb von „FIZWissen“	79

1 Einleitung

„FIZBw, wenn Sie mehr wissen wollen...“ – mit diesem selbstbewußten Slogan präsentiert sich das Fachinformationszentrum der Bundeswehr (FIZBw) u.a. auf seinem Flyer und auf den Bibliographieheften seiner „Bw-Fachinformation“. Was für eine Informationseinrichtung steht hinter diesem (An-)Spruch, wie ist ihr visueller Auftritt in ihren Printmaterialien und in digitalen Präsentationen gestaltet und ist das Erscheinungsbild adäquat? Diese Fragen stehen im Mittelpunkt der vorliegenden Arbeit.

Das FIZBw versorgt als zentrale militärische Spezialbibliothek der Bundeswehr von Bonn-Beuel aus sowohl Bundeswehrangehörige als auch andere nutzungsberechtigte zivile Institutionen, Nutzerinnen und Nutzer mit Fachinformationen, Fachliteratur und anderen Fachmedien. Gleichzeitig ist es die zentrale, fachlich vorgesetzte Einrichtung der sogenannten „Fachinformationsunterstützung der Bundeswehr (FachInfoUstgBw)“, eines Bibliotheksverbunds, in dem ca. 70 Spezialbibliotheken der Bundeswehr organisatorisch zusammengefaßt sind, die an Ämtern, Kommandobehörden, Schulen, Akademien, wissenschaftlichen Instituten und Bundeswehrkrankenhäusern eingerichtet sind.

Nach der Würdigung der Berücksichtigung des FIZBw in der bisherigen Forschung wird die Relevanz des Themas des visuellen Auftritts herausgestellt. Daran schließt sich die Darstellung des FIZBw mit seiner Bedeutung für die Bundeswehr an (Kapitel 2). Es folgen die Beschreibung der Basiselemente des Organisationsdesigns seines visuellen Auftritts (Kapitel 3) sowie die Betrachtung des Einsatzes dieser Elemente mit der Leitfrage: Ist im visuellen Auftritt ein Organisationsdesign erkennbar und was sind seine Merkmale? (Kapitel 4). In Kapitel 5 soll der Frage nachgegangen werden, ob die Gestaltung und der sprachliche Ausdruck der Printmaterialien und der digitalen Präsentationen des FIZBw im Intranet der Bundeswehr (IntranetBw) zielgruppenadäquat sind.¹ Im Anschluß daran wird in Kapitel 6 untersucht, wie sich der Auftritt des FIZBw im IntranetBw unter dem Gesichtspunkt der Web-Usability präsentiert. Die Ergebnisse und Empfehlungen, die dem FIZBw hinsichtlich der Gestaltung seines visuellen Auftritts gegeben werden können, werden in Kapitel 7 dargestellt.

¹Das IntranetBw ist ein abgeschlossenes Netz, zu dem nur Bundeswehrangehörige Zugriff haben.

1.1 Das Fachinformationszentrum der Bundeswehr (FIZBw) in der bisherigen Forschung

In der vorhandenen Literatur über das FIZBw fehlt bislang eine Untersuchung seines visuellen Auftritts in Printmaterialien und in digitalen Präsentationen.² Die vorliegende Arbeit möchte hier gezielt eine Lücke schließen und zugleich einen Beitrag zum Schrifttum über das Bibliothekswesen der Bundeswehr leisten, das in den aktuellen Gesamtdarstellungen zum deutschen Bibliothekswesen leider nur am Rande erwähnt wird.³ Es existieren zwar bereits einige Arbeiten über das System des Fachinformationsverbunds der Bundeswehr, in denen das FIZBw in seiner Funktion als Verbundzentrale mitbehandelt wird⁴, die betreffenden Beiträge sind aber meistens als Übersichtsarbeiten angelegt und der Aspekt des visuellen Auftritts des FIZBw findet darin keine Berücksichtigung, so daß vor dem Hintergrund der Forschungslage eine Untersuchung dieses Themas lohnenswert erscheint.

1.2 Die Relevanz des Themas des visuellen Auftritts

Unsere Gesellschaft ist visuell orientiert. Beim Sehen handelt es sich um den komplexesten, am weitesten entwickelten und wichtigsten aller Sinne – das Auge ist verantwortlich für 70% unserer täglichen Wahrnehmungen. Es ist daher nicht verwunderlich, daß der visuelle Bereich bei der Beurteilung einer Organisation einen hohen Stellenwert einnimmt.⁵ Der visuelle Auftritt ist der erste und manchmal auch der einzige Kontakt zwischen einer Organisation und

²Vgl. Blum, Alexander: Bestseller über Nacht: wer blickt da noch durch? ; Millionen Texte, Berichte, Bücher werden im Fachinformationszentrum der Bundeswehr aufbewahrt und verwaltet ; Y. ließ sich das Labyrinth in Bonn-Beuel erklären. – In: Y.. - 5 (2009), S. 50-53; Credo, Jan Daniel: Das Fachinformationszentrum der Bundeswehr: Entwicklung eines dienstleistungsorientierten Marketingkonzeptes unter besonderer Berücksichtigung der zentralen Aufgaben. – Potsdam, Fachhochschule, Diplomarbeit, 2007; Gotters, Petra: Das Fachinformationszentrum der Bundeswehr: IT-gestütztes Wissensmanagement mit Erfolgsfaktor / Petra Gotters ; Peter Wengelowski. - In: Behörden-Spiegel: unabhängige Zeitung für den öffentlichen Dienst. - 21 (2005) 5, S. 45

³Vgl. Bibliotheken und Informationsgesellschaft in Deutschland: eine Einführung / Engelbert Plassmann, Hermann Rösch, Jürgen Seefeldt und Konrad Umlauf. – 2., gründlich überarb. und erw. Aufl. – Wiesbaden: Harrassowitz, 2011, S. 91; Seefeldt, Jürgen: Portale zu Vergangenheit und Zukunft: Bibliotheken in Deutschland / Jürgen Seefeldt und Ludger Syré. – 4., aktualisierte und überarb. Aufl. – Hildesheim [u.a.] Olms, 2011, S. 35, 52, 66

⁴Vgl. Schulte, Birgit A.: Kooperation versus Eigenprofil? – Kooperation stärkt Eigenprofil! Eigenprofil stärkt Kooperation!: erste Erfahrungen und neue Projekte verstärkter Zusammenarbeit im Umfeld des Bundeswehr-Informationswesens. – In: Kooperation versus Eigenprofil?: 25. bis 28. September 2007 in der Technischen Universität Berlin ; 31. Arbeits- und Fortbildungstagung der ASpB e.V., Sektion 5 im Deutschen Bibliotheksverband / hrsg. von Ursula Flitner – Karlsruhe 2008, S. 351-369; Schewick, Heinrich van: Die Fachaufsicht im Fachinformationswesen der Bundeswehr: Geschichte, Sachstand, Entwicklungsmöglichkeiten der Dienstaufsicht. – Berlin, Humboldt-Univ., Masterarbeit, 2005; Sickmann, Anselm: The Bundeswehr Scientific and Technical Information System and its historical background. – In: INSPEL. - 36 (2002) 2, S. 114-134; Kurz, Fritz-Rennig: „Es wuchs zusammen, was zusammengehört“: Erfolge und Probleme beim Aufbau des bibliothekarisch-dokumentarischen Verbundsystems für die Bundeswehr / von Fritz-Rennig Kurz und Anselm Sickmann. – In: Arbeitsgemeinschaft der Parlaments- und Behördenbibliotheken: Mitteilungen. - 89 (2001), [66 S.]; Wolfarth, Peter: Das Fachinformationswesen der Bundeswehr: (FIWBw). – Hamburg, Fachhochschule, Diplomarbeit, 1996; Schneider, Hans-Heinrich: Marketing als Managementinstrument: Entwurf eines Marketing-Konzeptes für das Fachinformationswesen der Bundeswehr (FIWBw). – Potsdam, Fachhochschule, Hausarbeit, 1994

⁵Kinsberger, Eva: Corporate Design als essentieller Träger des unternehmerischen Erfolgs. – Wiesbaden, Fachhochschule, Diplomarbeit, 2008, S. 6

ihrem Publikum. Er ist somit ein zentraler Erfolgsfaktor und ein wesentliches Element in der operativen, strategischen und kommunikativ-visuellen Ausrichtung von Organisationen. Eine Bibliothek, deren Informationsangebot auf die Akzeptanz seitens der NutzerInnen angewiesen ist, muß sich durch ihr visuelles Erscheinungsbild in der Öffentlichkeit deutlich wahrnehmbar von Anderen unterscheiden. Zudem können NutzerInnen die tatsächliche Dienstleistungsqualität von Bibliotheken oft nur eingeschränkt beurteilen und bilden ihre Meinung daher zum Teil aufgrund von persönlichen, ästhetischen und technischen Aspekten der „Botschaftsvermittlung“. Sie nehmen visuelle Signale in der Art auf, wie sie Werbung perzipieren. Um glaubwürdig zu sein, muß auch eine Informationseinrichtung wie das FIZBw ihr Auftreten, ihr Erscheinungsbild und ihre Kommunikation auf ihre Zielgruppen ausrichten.

Die Begriffe „visueller Auftritt“ oder „visuelles Erscheinungsbild“ sind nach K. Umlauf ungefähr synonym mit „Organisationsdesign“ (Corporate Design), assoziieren aber weniger als der Begriff Organisationsdesign den Zusammenhang mit der Organisationsidentität. Ziel des Organisationsdesigns ist demnach ein visueller Auftritt, der dem Leitbild entspricht: „Das Organisationsdesign ist die visuelle Umsetzung der Organisationsidentität, muss also dem Charakter der Organisation entsprechen.“ Ziel ist weiterhin ein visueller Auftritt, der „allen Printmaterialien und Web-Seiten ein einheitliches Gepräge verleiht, das zugleich vom visuellen Auftritt anderer Organisationen eindeutig unterscheidbar ist.“⁶

Das Organisationsdesign ist somit die sichtbare Manifestation der Organisationsphilosophie. Es ist die visuelle Komponente der Organisationskommunikation und umschließt sowohl Aspekte des kommunikativen Organisationsauftritts als auch des Organisationsverhaltens. Der visuelle Auftritt soll im optimalen Fall prägnant und widerspruchsfrei die Organisationspersönlichkeit vermitteln. Durch die Ausstattung einer gesamten Organisation mit konstanten visuellen und textlichen Signalen soll ihr Wiedererkennungswert erhöht sowie Entanonymisierung und Vertrautheit mit dem Organisationsbild erreicht werden.⁷ Ein systematisch aufeinander abgestimmter Einsatz aller visuellen Elemente der Organisationserscheinung sollte z.B. organisationstypische Zeichen, Farben, Schrifttypen, Gestaltungsraster, Werbemittel, Web-Auftritte, Gebäude, Innenarchitektur und Erscheinungsform der MitarbeiterInnen einschließen.⁸ Ein gelungenes Organisationsdesign vernetzt, optimiert und spiegelt ein transparentes Bild der Organisation, es gibt das wieder, was eine Organisation ist. Es kann die

⁶Umlauf, Konrad: Organisationsdesign. – In: Erfolgreiches Management von Bibliotheken und Informationseinrichtungen: Fachratgeber für die Bibliotheksleitung und Bibliothekare / Hrsg.: Hans-Christoph Hobohm, Konrad Umlauf. – Losebl.-Ausg. – Hamburg: Dashöfer, 2002ff. – Abschnitt 3.2.4, S. 1

⁷Kinsberger, S. 16

⁸Wiedmann, Klaus-Peter: Corporate Identity und Corporate Design. – In: Handbuch Kommunikation: Grundlagen, innovative Ansätze, praktische Umsetzungen / Manfred Bruhn ... (Hrsg.). – Wiesbaden: Gabler, 2009, S. 340

Organisationsidentität zwar nicht bestimmen, wohl aber dazu beitragen, daß auch „intern“ die Organisationspersönlichkeit klarer gesehen wird, da für die Neuentwicklung eines Organisationsdesigns eine gründliche Bestandsaufnahme aller Werte, Wünsche, Anforderungen und Probleme einer Organisation notwendig ist.⁹

Die Organisation von heute muß Identität und vor allem Individualität ausstrahlen, denn der stärkere Wettbewerb verlangt nach mehr Profilierung. Ihre Leistungen müssen wichtig und interessant erscheinen, vor allem müssen sie aber wahrgenommen werden, sowie eindeutig identifizierbar sein. Die verschiedenen Entwicklungstrends im Informationsmarkt und in der Gesellschaft laufen letztendlich darauf hinaus, daß immer effizienter und effektiver kommuniziert werden muß, will man in der immer schärferen Konkurrenz um Aufmerksamkeit, Akzeptanz und Glaubwürdigkeit erfolgreich bestehen können.¹⁰

Alle diese Faktoren sind für das FIZBw genauso relevant wie für jede andere Bibliothek oder Informationseinrichtung. Gerade innerhalb der Organisationskultur der Bundeswehr muß sich das FIZBw im Hinblick auf seine Identitätsgestaltung und Identitätsvermittlung entschieden behaupten, da es in Konkurrenz mit anderen Informationsangeboten durch Bundeswehr-interne und -externe Quellen steht. Dabei spielt nicht nur die Forderung nach einem konsistenten Organisationsdesign eine Rolle, sondern es geht vor allem grundsätzlich um die Frage, welches Gesamtbild das FIZBw mit seinem visuellen Auftritt abgibt und wie es sich damit in den Köpfen und Herzen der relevanten Stakeholder (Anspruchsberechtigten), d.h. aller an der Aufgabenerfüllung der Informationseinrichtung interessierten Gruppen, im Sinne innerer Bilder zu etablieren vermag.¹¹ Es stellt sich also die Frage, ob das Bild des FIZBw klar und stimmig sowie prägnant und stark genug ist, um im Kontext eines extrem verschärften Informationswettbewerbs Aufmerksamkeit zu erlangen, im Gedächtnis der relevanten Zielgruppen zu bleiben und dort positive Emotionen und Kognitionen dauerhaft zu verankern.

Jegliche Aktion mit der Außenwelt beeinflusst letztlich das Fremdbild (Corporate Image) einer Organisation. Es gilt daher, das Selbstbild und das Fremdbild nach Möglichkeit in Einklang zu bringen. Um dieses Ziel zu verwirklichen, können Organisationsdesign (Corporate Design), Organisationskommunikation (Corporate Communication) und Organisationsverhalten (Corporate Behavior) eingesetzt werden. Organisationsdesign und Organisationskommunikation des FIZBw, also die verbalvisuelle Botschaftsvermittlung, werden in der vorliegenden Arbeit im Mittelpunkt stehen. Es geht dabei um die strategisch orientierte Kommunikation nach innen und nach außen mit dem Ziel, die Einstellungen der Öffentlichkeit, der NutzerIn-

⁹Georgi, Annika: Corporate Design: Einsatz als Faktor der Unternehmensstrategie aus Sicht der visuellen Kommunikation. – Saarbrücken: VDM Verl., 2008, S. 3

¹⁰Vgl. Kinsberger, S. 30

¹¹Vgl. Wiedmann, S. 339, 345

nen und der MitarbeiterInnen gegenüber der Organisation entsprechend der gegenwärtigen Identität günstig zu beeinflussen und/oder zu verändern.¹² Der Komplex des Organisationsverhaltens des FIZBw wäre zwar auch ein interessanter Forschungsgegenstand, aber seine Behandlung würde den Rahmen der vorliegenden Arbeit sprengen.

¹²Vgl. Kinsberger, S. 15

2 Das FIZBw und seine Bedeutung für die Bundeswehr

Das FIZBw ist die zentrale militärische Spezialbibliothek der Bundeswehr und die fachlich vorgesetzte Verbundzentrale der FachInfoUstgBw, eines Bibliotheksverbunds, in dem ca. 70 Spezialbibliotheken der Bundeswehr mit heute etwa 270 Dienstposten organisatorisch zusammengefaßt sind. Das FIZBw ist als Fachabteilung III Gruppe 1 in das Streitkräfteamt (SKA) in Bonn eingegliedert.¹³

2.1 Geschichte

Das FIZBw entstand aus dem im Jahr 1963 in Bonn aufgestellten Dokumentationszentrum der Bundeswehr (DOKZENTBw), der sogenannten „Verteidigungsdokumentation“.¹⁴ Diese Einrichtung war ursprünglich die Schaltstelle des Dokumentationswesens der Bundeswehr, das FIZBw hat somit ausgeprägte dokumentarische Wurzeln, was sich noch heute in seinem Sacherschließungskonzept, das eine tiefe, dokumentspezifische Erschließung vorsieht, und in der nutzerspezifischen Informationsvermittlung mit Präzisionsrecherchen manifestiert. In den 90er Jahren des vergangenen Jahrhunderts wurden die bis dahin parallel existierenden Bereiche „Bibliothekswesen“ und „Dokumentationswesen“ der Bundeswehr (ohne die Universitätsbibliotheken der Bundeswehr in Hamburg und Neubiberg bei München und ohne die Bibliothek des Bundesministeriums der Verteidigung (BMVg)) zu einem Bibliotheksverbund zusammengefaßt und dem FIZBw fachlich unterstellt, so daß es seitdem nicht nur Spezialbibliothek ist, sondern auch Aufgaben einer Verbundzentrale wahrnimmt.¹⁵

¹³Das SKA ist das Amt der Streitkräftebasis (SKB) und als Höhere Kommandobehörde direkt dem Bundesministerium der Verteidigung (BMVg) nachgeordnet. Es hat rund 1.250, zumeist militärische MitarbeiterInnen und nimmt Fach- und Führungsaufgaben für die gesamte Bundeswehr wahr. Es wird derzeit von einem Generalmajor geführt. Die SKB ist als gemeinsame Dienstleistungseinrichtung der Bundeswehr ein eigenständiger militärischer Organisationsbereich mit 71.500 MitarbeiterInnen.

¹⁴Das DOKZENTBw wurde zum 01.02.1963 als Organisationseinheit des damaligen Bundeswehramtes in Bonn aufgestellt, um das Verteidigungsministerium mit Daten und Informationen für anstehende Entscheidungen zu versorgen. Zum 28.02.1975 wurde es aus dem mittlerweile in Streitkräfteamt umbenannten Amt ausgegliedert und als selbständige Dienststelle aufgestellt. 1988 wurde es in „Dokumentations- und Fachinformationszentrum der Bundeswehr“ (DOKFIZBw) umbenannt. Zum 01.04.1993 verlor es seinen selbständigen Status und wurde als Fachabteilung III, Fachinformationszentrum der Bundeswehr (FIZBw), erneut in das Streitkräfteamt eingliedert.

¹⁵Am 10.07.1992 wurde durch Staatssekretär Dr. Wichert die „Konzeption Fachinformationswesen der Bundeswehr“ gebilligt, in der die Zusammenführung des Bibliothekswesens und des Dokumentationswesens der Bundeswehr zum „Fachinformationswesen der Bundeswehr (FIWBw)“ angeordnet, eine einheitliche Aufbau- und Ablauforganisation festgelegt und eine Verringerung des Personalumfangs durch einheitliche DV-Unterstützung vorgegeben wurde. Die Fachaufgabe „Fachinformationswesen der Bundeswehr“ wurde 1994 vom BMVg auf das SKA übertragen. Die fachliche Führung des Fachinformationswesens der Bundeswehr wechselte von dem Referat BMVg Fü S I 8 auf das FIZBw. Bis zum Mai 2010 firmierte der Verbund unter dem Namen „Fachinformationswesen der Bundeswehr (FIWBw)“. Der neue Name „Fachinformationsunterstützung der Bundeswehr (FachInfoUstgBw)“ wurde ihm mit Schlußzeichnung des gleichnamigen Konzepts am 27. Mai 2010 durch den Stellvertreter des Generalinspektors der Bundeswehr und Inspekteur der Streitkräftebasis verliehen. Vgl. Konzept Fachinformationsunterstützung der Bundeswehr: (Konz FachInfoUstgBw). – Bonn: Bundesministerium der Verteidigung, 2010.

2.2 Auftrag

Nach dem am 27. Mai 2010 vom BMVg erlassenen „Konzept Fachinformationsunterstützung der Bundeswehr (Konz FachInfoUstgBw)“ hat das FIZBw folgende Aufgaben:

Das FIZBw:

- „identifiziert, beschafft, erschließt, speichert, vermittelt und stellt Fachinformationen für den Geschäftsbereich BMVg selbständig und auf Anfrage bereit,
- steuert die Erfassung der in den Dienststellen des Geschäftsbereichs BMVg erzeugten/im Auftrag herausgegebenen Veröffentlichungen und
- weist diese militärisch relevanten Fachinformationen aus allen Organisationsbereichen der Bundeswehr in dafür eingerichteten Datenbanken nach,
- identifiziert Wissensträger, erfasst Informationen zu diesen in Datenbanken und stellt sie organisationsübergreifend bereit,
- unterstützt durch Bewertung und Erprobung die Weiterentwicklung zeitgemäßer und moderner Methoden und Verfahren des Informations- und Wissensmanagements,
- analysiert und dokumentiert den Fachinformationsbedarf der Bundeswehr,
- führt das Qualitätsmanagement einschließlich der Fachaufsicht über alle Spezialbibliotheken der FachInfoUstgBw durch,
- vermittelt ihren Nutzern die notwendige Kompetenz im Umgang mit Fachinformationen und deren effizienter Nutzung,
- plant und führt die interne fachliche Aus- und Weiterbildung des Personals im Fachinformationsverbund durch,
- betreibt den IT-Verbund der FachInfoUstgBw, ein Informationsportal im IntranetBw,
- nimmt zentrale Durchführungsaufgaben für den Geschäftsbereich BMVg durch die Verteilung von Berichten der Research and Technology Organization (RTO) der NATO sowie die Pflichtabgabe amtlicher Veröffentlichungen aus dem Geschäftsbereich BMVg an die Deutsche Nationalbibliothek und andere Einrichtungen wahr,
- steuert die Zusammenarbeit mit öffentlichen Einrichtungen des Bibliotheks- und Dokumentationswesens bzw. vergleichbaren Einrichtungen,
- vertritt die Bundeswehr in internationalen Fachgremien und arbeitet mit vergleichbaren Facheinrichtungen anderer Staaten ggf. multinational zusammen.“¹⁶

Der Auftrag des FIZBw ist somit in erster Linie die Sicherstellung einer auftragsorientierten, wirtschaftlichen und effektiven Versorgung der Bundeswehr und des BMVg mit verteidigungsrelevanten Fachinformationen, um diese bei der Erfüllung ihrer Aufgaben in den Berei-

¹⁶Konzept Fachinformationsunterstützung der Bundeswehr, S. 7f.

chen Planung, Entscheidungsvorbereitung, Forschung, Entwicklung, Lehre, Ausbildung usw. zu unterstützen.¹⁷ Es ist damit ein wesentlicher Bestandteil des Wissensmanagements in der Bundeswehr. Am Standort Bonn-Beuel ist das FIZBw heute als zentrale militärische Spezialbibliothek für sämtliche verteidigungsbezogene Inhalte für die flächendeckende Versorgung der Bundeswehr mit Fachinformationen, Fachliteratur und anderen Fachmedien zuständig. Gleichzeitig ist es die zentrale Einrichtung der FachInfoUstgBw, die es führt und steuert. In dieser Eigenschaft obliegt ihm die Erarbeitung von Richtlinien, Organisations- und Arbeitsgrundlagen sowie fachlichen Weisungen. Dazu kommt die Planung, Steuerung, Unterstützung und Durchführung der Fachausbildung in der FachInfoUstgBw sowie die Bedarfsplanung, Weiterentwicklung und zentrale System- und Nutzerbetreuung für den EDV-Verbund. Die Ausübung der Fachaufsicht in der FachInfoUstgBw (Fachaufsichtsbesuche, Personalsteuerung, Beurteilungswesen, Beiträge zu Organisationsgrundlagen, Haushaltsmittelsteuerung) stellt einen weiteren Tätigkeitsschwerpunkt dar. Darüber hinaus werden die zentralen Normdateien des Verbundes (Personendatei, Körperschaftsdatei, Thesaurus und Klassifikation) vom FIZBw gepflegt und auch das Qualitätsmanagement von Formal- und Sacherschließung ist hier angesiedelt. Daneben ist das FIZBw auch die Hausbibliothek für seine Trägerinstitution SKA.

Die Informationsdienstleistungen des FIZBw dienen unmittelbar dienstlichen Bedürfnissen. Sie stehen aber auch für die berufliche und persönliche Information und Weiterbildung der Nutzungsberechtigten zur Verfügung. Die Nutzung des FIZBw ist zulässig durch alle Bundeswehrangehörigen, amtliche Stellen auf Bundes-, Landes- und Gemeindeebene, amtliche Stellen des Auslandes, NATO-Dienststellen, Auftragnehmer der Bundeswehr, zivile Bibliotheken im Rahmen des Leihverkehrs sowie Reservisten der Bundeswehr. Die Inanspruchnahme von Informationsdienstleistungen durch nichtamtliche Nutzer ist im Rahmen der Kapazitäten des FIZBw ebenfalls grundsätzlich möglich.¹⁸ Zwar nimmt das FIZBw unter Sigel 1073 am Leihverkehr der Deutschen Bibliotheken teil, aber die enge Vernetzung mit dem zivilen Bibliothekswesen der Bundesrepublik Deutschland und die entsprechende Visibilität innerhalb der deutschen Bibliothekslandschaft sind vor dem Hintergrund des oben Ausgeführten nicht oberste Priorität für diese Einrichtung. Im Einklang damit besitzt das FIZBw auch keinen eigenen, von ihm selbst verantworteten Internet-Auftritt, sondern ist als Fachabteilung III im Internetauftritt des SKA lediglich erwähnt. Eigenverantwortlich präsentiert es sich mit

¹⁷Streitkräfteamt: 1959-2009 / Konzeption & Redaktion Kai Hirschmann. – Stand: Juni 2009. – Bonn: Streitkräfteamt, 2009, S. 44f.

¹⁸In der Praxis recherchiert das FIZBw z.B. kostenlos für Privatpersonen, insbesondere auch für Studierende der zivilen Universitäten, wenn diese Literatur für eine wissenschaftliche Arbeit benötigen und sich bereit erklären, im Austausch für die erhaltene Recherche ein Exemplar der fertigen Arbeit an das FIZBw abzugeben.

seinen Dienstleistungen nur in dem für Bundeswehrangehörige zugänglichen IntranetBw, worauf im Hinblick auf den visuellen Auftritt noch einzugehen sein wird.

2.3 Gliederung, Aufgabenverteilung und Personal

Das FIZBw wird als Gruppe 1 der Fachabteilung III des SKA von einem Gruppenleiter, einem Beamten der Besoldungsgruppe A 16 geführt, der dem Abteilungsleiter unterstellt ist. Der Abteilungsleiter ist Soldat im Range eines Oberst. Das FIZBw besteht aus drei Dezernaten, Dezernat 1 und 3 werden von BeamtInnen geführt (A 15 bzw. A 13g), Dezernat 2 von einem Oberstleutnant (A 15). Das FIZBw verfügt derzeit über 55 Vollzeitäquivalente an Personal, davon 44 Dienstposten Zivilpersonal (21 BeamtInnen, 23 ArbeitnehmerInnen) und 11 Militärs (6 Stabsoffiziere, 3 Offiziere, 2 Unteroffiziere). Dezernat 1 beschäftigt sich mit Grundsatzangelegenheiten der FachInfoUstgBw und den Aufgaben der Fachaufsicht über die Verbundbibliotheken, Dezernat 2 nimmt Aufgaben der Bestandsentwicklung des FIZBw-internen Dokumentenbestandes (Dokumentenauswahl, Erwerbung, Amtsdruckschriften- und Zeitschriftenmanagement) und der Bestandserschließung wahr. Daneben ist es für die nutzerbezogene Informationsvermittlung, die Herausgabe der Bibliographiehefte der „Bw-Fachinformation“ und den Betrieb der Web-basierten Informationsdienste wie „FIZWissen“ zuständig (vgl. Kapitel 2.6). Dezernat 3 ist für die Dokumentenbereitstellung und das technische Dokumentenmanagement verantwortlich.

2.4 Ausgewählte Leistungszahlen

Für 2011 hat das FIZBw einen Gesamtetat von 255.000 Euro, einschließlich 30.000 Euro für den Zugriff auf externe Fachdatenbanken. Für den Erwerb von Büchern, Zeitschriften usw. stehen demnach 225.000 Euro zur Verfügung. Das FIZBw hält ca. 600 laufende Zeitschriften und hatte 2010 einen Bestand an physischen Einheiten (Bücher und Zeitschriftenbände) von 46.315 Bänden. Dazu kam ein Bestand an Mikromaterialien und AV-Medien o.ä. von 150.527. Aktuell weist das FIZBw in seinem Katalog zudem ca. 420.000, meist bibliographisch unselbständige Dokumente (Aufsätze) nach, die bei Bedarf digitalisiert und bei Anfrage zeitnah zur Verfügung gestellt werden können. Pro Jahr werden ca. 9.700 Beiträge aus Fachzeitschriften, 1.800 Monographien und ca. 760 Studien/Forschungsberichte formal und inhaltlich erschlossen.

Durchschnittlich werden jährlich ca. 2.000 Rechercheanfragen bearbeitet. Recherchiert wird im Online-OPAC der FachInfoUstgBw im IntranetBw (vgl. Kapitel 2.6) sowie in verschiedenen externen Fachdatenbanken, wie z.B. Juris, DIMDI, Genios, Janes usw. Im Jahr werden ca. 200.000 Dokumente bereitgestellt, ein großer Teil davon in elektronischer Form.

2.5 Sammel- und Erschließungsschwerpunkte

Das FIZBw sammelt und erschließt Medien aus den Bereichen „Verteidigung und Streitkräfte“ sowie „Wehrtechnik und Verteidigungswirtschaft“.

In den Themenkomplex „Verteidigung und Streitkräfte“ fallen die Bereiche Militär und Gesellschaft, Sicherheitspolitik, Militärpolitik und Militärstrategie, Streitkräftebasis sowie nationale und multinationale Streitkräfte, Landstreitkräfte, Luftstreitkräfte, Seestreitkräfte, Marine Corps, Marineinfanterie, Sanitätsdienst und Gesundheitswesen, Innere Führung, politische und historische Bildung, Militärseelsorge, Personalwesen, Wehrrecht, Wehrverwaltung, militärische Infrastruktur und Schutzbau sowie Informationswissenschaften.

Zu dem Themenkomplex „Wehrtechnik und Verteidigungswirtschaft“ gehören Landfahrzeugtechnik, Luft- und Raumfahrttechnik, Marinetchnik, Waffen- und Munitionstechnik, Elektrotechnik und Elektronik sowie wehrtechnische Sondergebiete, Kommunikations- und Informationstechnik, Navigation, Simulation, Maschinenbau und Werkstoffe, Geowissenschaften und Umweltschutz, Verteidigungswirtschaft sowie Betriebs- und Organisationswissenschaft.

Das FIZBw sammelt und dokumentiert vorrangig deutsch- und englischsprachige Medien.¹⁹ Die geographischen Schwerpunkte sind die Bundesrepublik Deutschland, die Einsatzgebiete der Bundeswehr, die NATO-Staaten, Europa sowie China und der Nahe und Mittlere Osten. Der Sammelzeitraum ist schwerpunktmäßig ab Ende des 2. Weltkriegs.

Folgende Literaturgattungen werden im Wesentlichen ausgewertet: Bücher, Fachzeitschriften, nichttechnische Studienberichte, wehrtechnische Forschungs- und Erprobungsberichte, Forschungsberichte von Hochschulen und Forschungsinstituten, NATO-Berichte, Konferenzsammelwerke, sonstige verteidigungsrelevante graue Literatur. Das Hauptgewicht beim Bestandsaufbau liegt auf der Auswahl bibliographisch unselbständiger Dokumente. Alle Dokumente werden dokumentarisch tief und dokumentspezifisch erschlossen, jeweils durch Klas-sieren, Indexieren und Referieren.

2.6 Wesentliche Informationsdienstleistungen

Neben seinen zentralen fachlichen Dienstleistungen als Verbundzentrale der FachInfoUstgBw (vgl. Kapitel 2.2) wird das FIZBw in vielfältiger Weise als militärische Spezialbibliothek aktiv. Seine wesentlichen Informationsdienstleistungen sind:

- die Herausgabe von Bibliographien zu unterschiedlichen Themengebieten („Bw-Fachinformation“),

¹⁹In Auswahl wird auch aus den Sprachen Russisch, Polnisch, Tschechisch, Slowakisch, Französisch, Spanisch und Italienisch ausgewählt.

- die Bereitstellung des „Wissensportals“ mit dem Online-Verbundkatalog der FachInfoUstgBw im IntranetBw ,
- der Informationsdienst „FIZWissen“ im IntranetBw,
- die Durchführung themenbezogener Literatur- und Datenbankrecherchen
- das Erteilen von Sachauskünften,
- die Bereitstellung angeforderter Dokumente durch Ausleihe, Fernleihe oder als Dokumentlieferung zum Verbleib,
- die Sammlung und Weitergabe von Pflichtabgaben amtlicher Veröffentlichungen im Geschäftsbereich BMVg,
- die Funktion als nationales Verteilzentrum für NATO/RTO-Berichte.

Die Herausgabe der „Bw-Fachinformation“ sowie die Bereitstellung des „Wissensportals“ und des Informationsdienstes „FIZWissen“ bedürfen der näheren Erläuterung.

Bei der „Bw-Fachinformation“ handelt es sich um Auswahlbibliographien zu verteidigungsrelevanten Themengebieten (vgl. Kapitel 5.2). Neben bibliographischen Angaben enthalten die in der Regel monatlich erscheinenden Hefte auch Kurzreferate zu jeweils ca. 100 neu erschlossenen Dokumenten. Sie werden über den allgemeinen Bundeswehrverteiler großflächig in der Bundeswehr verteilt. Es gibt die folgenden Heftreihen:

- Sicherheitspolitik und Streitkräfte (Reihe 11),
- Landstreitkräfte (Reihe 12),
- Luftstreitkräfte (Reihe 13),
- Seestreitkräfte, Marine Corps, Marineinfanterie (Reihe 14),
- Sanitätsdienst, Gesundheitswesen (Reihe 15),
- Personalwesen, Wehrrecht und Wehrverwaltung (Reihe 16),
- Verteidigungswirtschaft, Betriebs- und Organisationswissenschaft (Reihe 17),
- Geowissenschaften (Reihe 19),
- Umweltschutz, Arbeits- und Brandschutz, Katastrophenschutz (Reihe 20),
- Waffen- und Munitionstechnik (Reihe 21),
- Truppentechnik (Reihe 22),
- Wehrpsychologie (Reihe 25),
- Militär und Gesellschaft, Innere Führung (Reihe 26),
- Elektronik und Kommunikationstechnik (Reihe 27),
- Informationswissenschaften (Reihe 28),
- Allgemeine Wehrtechnik (Reihe 50),

- Lehrgangsarbeiten des Verwendungslehrgangs Generalstabs-/Admiralstabsdienst an der Führungsakademie der Bundeswehr (Reihe 85),
- „Schlaglichter“ (jährlich).

In seinem sogenannten „Wissensportal“ im IntranetBw stellt das FIZBw den Online-Verbundkatalog der FachInfoUstgBw bereit (derzeit ca. 3 Millionen Titel) und präsentiert sich mit seinen unterschiedlichen Dienstleistungen (vgl. Kapitel 5.5, 6.3).²⁰ Der OPAC ist eine Spiegelung des internen Verbundkataloges unter dem Bibliotheksmanagementsystem aDIS BMS der FachInfoUstgBw, der durch das FIZBw technisch betrieben und qualitativ gepflegt wird. Über die in der Bundeswehr allgemein zugänglichen IntranetBw-Anschlüsse können die NutzerInnen auf das „Wissensportal“ zugreifen.

Das neueste und gleichzeitig ambitionierteste Projekt des FIZBw ist der Informationsdienst „FIZWissen“ im IntranetBw (vgl. Kapitel 5.6, 6.4). „FIZWissen“ ist der Intention nach die Antwort des FIZBw auf die konzeptionellen Vorstellungen zum Wissensmanagement in der SKB. Im Zuge dessen wurde im Jahre 2004 die Frage aufgeworfen, auf welche Weise der damals noch FIWBw genannte Verbund das Wissensmanagement der Bundeswehr unterstützen könne. Daraufhin entwickelte ein Angehöriger des FIZBw die Idee, die Bestände des FIWBw themenbezogen und aktiv über eine Web-Plattform im IntranetBw zu präsentieren. Damit sollten die Ziele verfolgt werden, die Bestände transparenter zu machen (Bestandspräsentation mit „Schaufenstereffekt“), die Bundeswehrangehörigen in ihrer Weiterbildungsverpflichtung mit gezielten Literaturlisten zu interessanten und aktuellen Themen zu unterstützen sowie die politische Bildung in der Bundeswehr zu ergänzen und entsprechende Hintergrundinformationen bereitzustellen. 2007 wurde ein entsprechendes Konzept bezüglich Form und Inhalt des Informationsdienstes erstellt und damit begonnen, den Web-Auftritt und die entsprechende Datenbank von „FIZWissen“ aufzubauen. Kernstück von „FIZWissen“ ist die Komponente „FIZAktuell“. Hier werden tagesaktuelle, verteidigungsrelevante Nachrichten präsentiert, die mit einer aktuell recherchierten Literaturzusammenstellung von Dokumenten aus dem Bestand der FachInfoUstgBw verlinkt sind, d.h. der Bestand wird gezielt im Kontext tagesaktueller Meldungen präsentiert. Ähnlich funktionieren auch die anderen Komponenten von „FIZWissen“ wie „FIZReport“ und „FIZDossier“, in denen grundlegende, militärisch relevante Themen mit zeitlich über die Tagesaktualität hinausgehendem Fokus aufgearbeitet und bibliographisch angereichert werden.

²⁰Neben dem öffentlichen Teil hat das „Wissensportal“ auch noch diverse Funktionalitäten für den FIZBw-internen Gebrauch. Vgl. dazu Gotters, S. 45

2.7 Die Zielgruppe

Für die optimale Ausrichtung einer jeden Organisationspräsentation ist eine möglichst genaue Festlegung der zugehörigen Zielgruppe unerlässlich. Die primäre Zielgruppe des FIZBw ist die gesamte Bundeswehr einschließlich des BMVg mit allen hier beschäftigten Personen in den unterschiedlichen Statusgruppen (SoldatInnen, BeamteInnen, ArbeitnehmerInnen), Dienstgraden (z.B. vom einfachen Soldaten bis hin zum General), Bildungsabschlüssen (vom Hauptschüler bis zum Akademiker) und Altersgruppen (von ca. 17 bis 67).

2.8 Mission ohne Leitbild

Die Organisationsidentität einer Einrichtung wird im optimalen Fall durch ein Organisationsleitbild formuliert.²¹ Das Leitbild ist die Basis für Design, Kommunikation und Verhalten, welche als Instrumente der Vermittlung der Organisationsidentität zum Angleichen von Organisationskultur, Leitbild und Organisationsimage führen sollen.²²

Das FIZBw verfügt derzeit über kein eigenes Leitbild, sondern es gibt nur ein gemeinsames Leitbild für die Trägerinstitution SKA. Dieses Leitbild ist im Top-down-Verfahren entstanden und so allgemein gehalten, daß es sich als individuelles „mission statement“ für das FIZBw nicht eignet.²³ Der bei jeder guten Leitbild-Genese so wichtige, organisationsinterne Selbstverständigungsprozeß des „bottom-up“ fehlt dem FIZBw und konnte damit bislang nicht zur Beantwortung folgender Fragen beitragen: „Wer sind wir? Was können wir? Was wollen wir?“²⁴ „Was ist unsere Strategie? Was ist unser Ethos? Was ist unser Markt? Was ist unser Erfolg? Was ist unsere Geschichte? Was ist unsere Reputation?“²⁵ Die Auswirkungen des Fehlens eines eigenen Leitbildes auf den visuellen Auftritt des FIZBw werden in den späteren Kapiteln ausführlicher behandelt.

²¹„Leitbilder nennen die langfristigen und grundlegenden Ziele, Prinzipien und Werte von Organisationen und stellen Richtlinien für das Verhalten der Mitarbeiter bzw. Mitglieder dieser Organisation und der Organisation selbst dar. Das Leitbild bündelt die Organisationsidentität, es ist Richtungsweiser und Imagegestalter.“ Umlauf, Konrad: Leitbild. – In: Erfolgreiches Management von Bibliotheken und Informationseinrichtungen: Fachratgeber für die Bibliotheksleitung und Bibliothekare / Hrsg.: Hans-Christoph Hobohm, Konrad Umlauf. – Losebl.-Ausg. – Hamburg: Dashöfer, 2002ff. – Abschnitt 3.2.6, S. 1. Vgl. auch Bibliotheken und Informationsgesellschaft in Deutschland, S. 267f.

²²Kinsberger, S. 15

²³Leitbild: das Streitkräfteamt (SKA) – Kompetenz und Leistung. – Bonn: Streitkräfteamt, [o.J.]. – [1] S.: „Wir führen Dienststellen im In- und Ausland. Mit Sachkunde und Fürsorge stellen wir sicher, dass die Angehörigen des Kommandobereichs weltweit ihren Auftrag erfüllen können. Wir arbeiten engagiert und mit Kompetenz in einem breiten Aufgabenspektrum für die Bundeswehr. Wir entwickeln Grundlagen für Organisation, Ausbildung, Betrieb und Einsatz in der Streitkräftebasis. Wir gestalten den Transformationsprozess der Streitkräfte mit und tragen zur Verbesserung der Einsatzbereitschaft, Leistungsfähigkeit und Durchhaltefähigkeit der Streitkräfte bei. Wir leisten gemeinsam als Team unsere Aufgaben mit Stab und Fachabteilungen. Motivation und Leistung bestimmen das Handeln unserer zivilen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, Soldatinnen und Soldaten in Bonn und an weiteren Standorten in Deutschland. Qualität und Wirtschaftlichkeit setzen dabei wichtige Maßstäbe.“

²⁴Kinsberger, S. 12

²⁵Kinsberger, S. 46

Am Beispiel von zwei aktuellen, selbstbeschreibenden Texten soll das darin propagierte Selbstverständnis, die Bibliotheks-Policy des FIZBw betrachtet werden, die gegenüber den Kunden zur „Erwartungssteuerung“ eingesetzt wird und „Qualität und Standards der Dienstleistungen festschreibt“.²⁶ Die Ausstellungswand, mit der das FIZBw in der Vergangenheit auf diversen Veranstaltungen wie z.B. dem Sommerfest des SKA anlässlich des Jubiläums „50 Jahre SKA“ im Jahre 2009 aufgetreten ist, wurde im Frühjahr 2011 neu überarbeitet (vgl. Kapitel 5.4). Sie besteht aktuell aus 5 Teilen. In Teil 1 ist folgender Text zu lesen:

„Das FIZBw

... ist die zentrale Wissensquelle im Wissensmanagement der Bundeswehr.

... beschafft, wertet aus, erschließt und speichert Fachinformation aus Quellen innerhalb und außerhalb der Bundeswehr.

... bietet mit FIZWissen einen Intranetservice mit Hintergrundinformationen zu tagessaktuellen verteidigungsrelevanten Themen.

... führt fachlich die Fachinformationsunterstützung der Bundeswehr (FachInfoUstgBw) mit ihren über 70 Spezialbibliotheken.

... ist die Zentrale dieses IT-Verbundes.“

Von großem Selbstbewußtsein zeugt insbesondere der erste Satz („zentrale Wissensquelle im Wissensmanagement der Bundeswehr“), der vom Anspruch her auf einer Ebene mit dem Slogan „FIZBw, wenn Sie mehr wissen wollen...“ liegt (vgl. Kapitel 5.1). Genauso ambitioniert wirken auch die Aussagen „Wir suchen für Sie....“ „und liefern, was Sie brauchen!“ auf den Teilen 2 und 4 der Ausstellungswand.

Im Einklang damit stehen die zentralen Aussagen des Flyers wie „FIZBw, wenn Sie mehr wissen wollen...“, „Wir finden, was Sie suchen!“ und „Wir liefern, was Sie brauchen!“, in denen erneut große Selbstsicherheit mit einem Hang zur Omnipotenz gezeigt wird, was aber im Umfeld der Bundeswehr vom Imponiergehabe her sicher überzeugend wirkt (vgl. Kapitel 5.1). Auf alle Fälle bieten beide Texte mit ihrer „Policy“ eine gute Diskussionsgrundlage für die Erarbeitung eines eigenen Leitbildes.

2.9 Das „Standing“ des FIZBw innerhalb der Bundeswehr

Mit der bereits erwähnten Schlußzeichnung des „Konzeptes Fachinformationsunterstützung der Bundeswehr (Konz FachInfoUstgBw)“ durch den Stellvertreter des Generalinspektors der Bundeswehr und Inspekteur der SKB am 27. Mai 2010 wurde der FachInfoUstgBw eine tragende Rolle im Informations- und Wissensmanagement der Bundeswehr zugewiesen und die organisationsbereichsübergreifende Grundlage für den Betrieb und die Weiterentwicklung

²⁶Bibliotheken und Informationsgesellschaft in Deutschland, S. 267

dieser Fachaufgabe definiert.²⁷ Die Stellung und Bedeutung des FIZBw wird in diesem Konzept nachdrücklich besonders hervorgehoben, bestätigt und erweitert. Als zentrale Einrichtung der FachInfoUstgBw ist das FIZBw somit zwar einerseits eine etablierte Einrichtung innerhalb der Bundeswehr, die sich in den „Konzeptionellen Grundvorstellungen Wissensmanagement Bundeswehr (KGv WiMgmtBw)“ eindeutig die „Entwicklung einer wissensorientierten Organisationskultur“²⁸ auf die Fahnen geschrieben hat, andererseits konkurriert es aber mit zahlreichen anderen Informationsanbietern innerhalb und außerhalb der Bundeswehr um die Aufmerksamkeit seiner Zielgruppenangehörigen. Dabei ist zunächst einmal an die Bundeswehr-Informationsdienste innerhalb des IntranetBw und des Internets zu denken, z.B. an die Webseiten unter www.bundeswehr.org sowie www.bundeswehr.de oder an die gut gepflegten Informationsportale der einzelnen Teilstreitkräfte Heer, Luftwaffe, Marine, Zentraler Sanitätsdienst und SKB. Das IntranetBw ist an jedem Arbeitsplatz innerhalb der Bundeswehr verfügbar, wohingegen der Zugriff auf das Internet eingeschränkt ist. Gleichwohl ist das Internet aber in Bezug auf seine Recherchemöglichkeiten ebenfalls ein ernstzunehmender Konkurrent des FIZBw um die Gunst der NutzerInnen. Abgesehen davon läßt der Dienst in der Bundeswehr nach den personellen Kürzungen der vergangenen Jahre es zeitlich kaum noch zu, sich über das dienstlich absolut notwendige Maß hinaus über ein Thema zu informieren. Die in den letzten Jahren zurückgehenden Zahlen des FIZBw im Bereich der Rechercheanforderungen und der Dokumentenbereitstellung sprechen eine deutliche Sprache. Sie sind Hinweis darauf, daß sich die Informationsgewohnheiten der NutzerInnen geändert haben. Vor diesem Hintergrund ist es für das FIZBw essentiell, ein einprägsames visuelles Erscheinungsbild zur Profilierung in seiner Zielgruppe zu besitzen.

²⁷Das Konzept stellt das alte „Fachinformationswesen der Bundeswehr“ im Sinne einer höheren Effizienz und Nutzerorientierung auf eine neue Basis. Zukünftig soll insbesondere die Einbindung der FachInfoUstgBw in das Informationsmanagement der Bundeswehr sowie ihr Beitrag zur Unterstützung der Vernetzten Operationsführung im Rahmen vorhandener Ressourcen gewährleistet sein, um u.a. durch beschleunigte Führungsabläufe Informationsüberlegenheit in Führungsüberlegenheit umzuwandeln. Als eine Grundlage für Informationsüberlegenheit wird die ständige Gewinnung, Aktualisierung, Auswertung, Verdichtung und Bereitstellung von Informationen gesehen, was eine gute Grundlage für die Einbindung der FachInfoUstgBw bildet. Es wird u.a. postuliert, daß es für den Einsatz möglich sein muß, Fachinformationen ununterbrochen recherchieren und bereitstellen zu können. Daneben wird die Sichtung der „globalen Informationslandschaft“ gefordert und es wird konstatiert, daß die FachInfoUstgBw zur effizienten und sachgerechten Erfüllung von Aufgaben der Bundeswehr in Einsatz und Grundbetrieb beitragen soll. Im Mittelpunkt der FachInfoUstgBw stehen demnach das Identifizieren und Beschaffen, Erschließen, Speichern, Recherchieren und Weitergeben von bundeswehrspezifischen Fachinformationen in verschiedenen Formen. Im Rahmen eines Fachinformationsmanagements der FachInfoUstgBw nimmt das FIZBw danach vor allem Aufgaben in den Handlungsfeldern Informationsidentifizierung und Informationsbereitstellung wahr, unterstützt die Anwendung von Methoden zum Umgang mit Informationsquellen und leistet einen Beitrag zur Informationsbewahrung der Bundeswehr. Es wird betont, daß sich alle Arbeitsabläufe und Verfahren der FachInfoUstgBw am Informationsbedarf der Nutzer für Einsatz und Grundbetrieb zu orientieren haben. Im Rahmen der Verbesserung der Aufgabenwahrnehmung der Bundeswehr sind folgende querschnittliche Aufgaben zu erfüllen: Informationsidentifizierung und Informationsbeschaffung, Informationsaufbereitung und Informationsbewahrung, Informationsvermittlung, Informationsbereitstellung und Informationsverbreitung.

²⁸Konzeptionelle Grundvorstellungen Wissensmanagement Bundeswehr (KGv WiMgmtBw). – Bonn: Bundesministerium der Verteidigung, 2010, S. 4, 7, 11, 13

2.10 Das Organisationsimage des FIZBw bei ausgewählten Stakeholdern

„Image is everything in the information biz, because it's the image that carries the brand name and the reputation.“²⁹ Das Image ist die Gesamtwirkung einer Organisation aus der Sicht Außenstehender.³⁰ Die wichtigsten Gruppen, die ein Image von der Bibliothek bzw. Informationseinrichtung haben, sind nach K. Umlauf die Mitarbeiter, die Kunden, die potenziellen Kunden und die Angehörigen der Entscheidungsgremien, die die grundlegenden Entscheidungen über die Bibliothek bzw. Informationseinrichtung treffen.³¹ „Der Image-Prozeß ist nur schwer kontrollierbar, denn es handelt sich um eine Projektion, die vielen Störungen unterworfen ist.“³² „Generell läuft der Aufbau von Organisationsbildern bei der anzusprechenden Gruppe über subjektive, irrationale Wahrnehmungsprozesse, die schwer zu durchschauen und schon gar nicht exakt vorausszusehen sind.“³³ Angestrebte Wirkungen der Imagearbeit sind vor allem: Vertrauen, Glaubwürdigkeit und hoher Bekanntheitsgrad.

4 Beispiele sollen einen Eindruck geben, wie das FIZBw von Beobachtern aus der Bundeswehr in den letzten Jahren gesehen wurde.

In den Jahren 2008 und 2009 wurde über das FIZBw in dem Monatsmagazin „Y.“ der Bundeswehr berichtet. In der Nr. 8 von 2008 (Seite 23) von „Y.“ heißt es: „Achtung! Bundeswehr intern: Wer hat Zugang zum Intranet der Bundeswehr und weiß nichts? Sofort die unten angeführte IP-Adresse in den Browser eingeben – und staunen. Wissen ist Macht. Was du nicht weißt, weiß das Fachinformationszentrum (FIZ). Aus mehreren Datenbanken finden sich hier Fachinformationen aus den Bereichen Streitkräfte, Wehrtechnik und Wirtschaft.“ Hier wird vom vertraulichen Sprachstil her wohl an den lebensjüngeren Leser appelliert und mit dem Satz „Wissen ist Macht“ Francis Bacon (1561-1616) bemüht.³⁴ Daneben wird dem FIZBw eine gewisse Omnipotenz in Bezug auf Wissen zugeschrieben („Was du nicht weißt, weiß das Fachinformationszentrum (FIZ)“), was mit seinem Slogan „FIZBw, wenn Sie mehr wissen wollen...“ positiv korrespondiert (vgl. Kapitel 5.1). Hier gibt es also eine Übereinstimmung zwischen dem Selbstbild des FIZBw, das sich in diesem Slogan ausdrückt und dem Fremdbild, was hier in „Y.“ evoziert wird.

²⁹Shapiro, Carl: Information rules: a strategic guide to the network economy / Carl Shapiro and Hal R. Varian. – [Nachdr.]. – Boston, Mass.: Harvard Business School Press, [2008], S. 6

³⁰Hürlimann, Thomas Thü: Firmendesign & Identität: Grundbegriffe der Corporate Identity verstehen in 40 Minuten. – Aachen: Shaker Media, 2008, S. 20

³¹Umlauf, Konrad: Organisationsimage. – In: Erfolgreiches Management von Bibliotheken und Informationseinrichtungen: Fachratgeber für die Bibliotheksleitung und Bibliothekare / Hrsg.: Hans-Christoph Hobohm, Konrad Umlauf. – Losebl.-Ausg. – Hamburg: Dashöfer, 2002ff. – Abschnitt 3.2.5, S. 1

³²Kinsberger, S. 13

³³Kinsberger, S. 14

³⁴Vgl. Bibliotheken und Informationsgesellschaft in Deutschland, S. 17

Bei dem Artikel in der Nr. 5 von 2009 von „Y.“ ist insbesondere der Titel interessant, der lautet „Bestseller über Nacht: wer blickt da noch durch? Millionen Texte, Berichte, Bücher werden im Fachinformationszentrum der Bundeswehr aufbewahrt und verwaltet. Y. ließ sich das Labyrinth in Bonn-Beuel erklären.“³⁵ Als unbewußte literarische Vorlage könnte man hier an Umberto Ecos Klosterbibliothek in seinem Roman „Der Name der Rose“ denken, ein Labyrinth, das nur mit dem berühmten Ariadne-Faden wieder sicher verlassen werden kann.³⁶ Ein Labyrinth steht für Intransparenz und Geheimnisse. Somit wird hier mit der Begriffswahl sicher nicht die Vorstellung eines attraktiven Ortes erzeugt, eher denkt man wohl an einen „Locus horribilis“, was auch in dem nachfolgenden Text des Aufsatzes nicht korrigiert wird. Wenig schmeichelhaft erscheint auch die Formulierung, daß Texte usw. im FIZBw „aufbewahrt“ und „verwaltet“ werden. Hierbei denkt man gleich an ein „Pharaonengrab“ von Schrifttum, das eher nicht für die Benutzung gedacht ist, sondern lediglich archiviert wird mit dem Zweck, die Jahrhunderte zu überstehen, also eine Musealisierung. Die Frage „Wer blickt da noch durch?“ steht für einen totalen Verlust der Ordnung, d.h. eine Bibliothek, die traditionell als Symbol einer verbindlichen Ordnung des Wissens galt, wird hier zeitgenössisch entsprechend in ihrer Ordnungsmacht demontiert.

Zu diesem Image des Bewahrens und Verwaltens von Schrifttum paßt es auch, daß das FIZBw im Jahre 2009 von der Amtsführung des SKA damit beauftragt wurde, die Chronik „50 Jahre Streitkräfteamt“ zu erstellen, also erneut eine eher an die Vergangenheit, an das Überkommene, Traditionelle, Bewahrende appellierende Tätigkeit.

Auf der jährlich stattfindenden Fachtagung der Bibliotheken des ehemaligen FIWBw hielt der damalige Stellvertretende Amtschef des SKA im Jahre 2006 eine Rede zur Bedeutung des Fachinformationswesens für die Bundeswehr. Darin versicherte er, daß das „Wissensmanagement“ des Fachinformationswesens „außerordentlich gebraucht und geschätzt“ werde. Mit der Erschließung, Auswahl und Verfügbarmachung von Informationen leiste das Fachinformationswesen „einen stillen, aber ungeheuer wichtigen Beitrag“ und es werde als wesentlicher Träger des Wissensmanagements der Bundeswehr an Bedeutung gewinnen.³⁷ Bezeichnend ist hier sicherlich die Wortwahl eines „stillen Beitrags“, den die Bibliotheken leisten sollen, was Unauffälligkeit und geringe Visibilität impliziert.

Zur Zeit ist es dem FIZBw offensichtlich gelungen, zumindest bei seiner Trägerinstitution Vertrauen in seine Informationsdienstleistungen zu erzeugen, so daß es sich momentan wahrscheinlich in seinem Bestand sicher fühlen kann. Allerdings sollte sich die Leitung des

³⁵Blum, S. 50

³⁶Bibliotheken in der literarischen Darstellung = Libraries in literature / hrsg. von Peter Vodosek ... – Wiesbaden: Harrassowitz, 1999. – (Wolfenbütteler Schriften zur Geschichte des Buchwesens ; 33), S. 9

³⁷Sohst, Jörg: Rede anlässlich der Fachtagungen des FachInfoWesensBw am 17. Mai 2006 in Garlstedt. – Bonn: Streitkräfteamt, 2006, S. 2, 3, 4

FIZBw überlegen, ob die hier implizierten Bewertungen („Labyrinth“, „stiller Beitrag“, „wer blickt da noch durch?“) zukunftsstragend sind oder ob hier nicht Optimierungsbedarf besteht. Sinnvoll wäre es sicher, dem Unterhaltsträger, den potenziellen und vorhandenen Kunden, der Bundeswehr-Öffentlichkeit, aber auch den MitarbeiterInnen Wert und Bedeutung des FIZBw immer wieder aufs Neue zu erklären, um nachhaltig erfolgreich zu sein.

3 Basiselemente des Organisationsdesigns im visuellen Auftritt des FIZBw

Folgende Bereiche machen im Wesentlichen den visuellen Auftritt einer Organisation aus:

- Logo,
- Typographie,
- Farbe,
- Gestaltungsraster,
- Architektur,
- Kommunikation/Sprache.³⁸

In den folgenden Abschnitten dieses Kapitels sollen die Basiselemente Logo, Typographie, Farbe sowie Gestaltungsraster untersucht werden. Die Bereiche Architektur und Kommunikation/Sprache werden in den Kapiteln 4.4 bzw. 5 behandelt.

3.1 Logo

Das Logo ist von den Basiselementen des Organisationsdesigns die wichtigste Komponente.³⁹ Es soll einen Bezug zur Einrichtung schaffen sowie Sicherheit und Vertrauen herstellen. Als Zeichen steht es stellvertretend für die Organisationspersönlichkeit. Wünschenswerter Effekt eines Logos ist es, positive Assoziationen hervorzurufen, welche zu einer Identifikation des Verbrauchers führen.⁴⁰ Das Logo sollte prägnant, eindeutig, unverwechselbar und leicht wiedererkennbar sein und als Identifikationsmerkmal für die Organisation stehen. Als Bewertungsmaßstäbe für das Logo kommen folgende Aspekte in Betracht:

- „Aufmerksamkeitswert, Signalwirkung,
- Informationswert, Erinnerungswert,
- Zeitlosigkeit,
- Eigenständigkeit,
- Integrationsfähigkeit,
- Variationsfähigkeit,
- Verkleinerungsmöglichkeit,
- ästhetischer Anteil und Sympathiewert“.⁴¹

³⁸Stankowski, Anton: Das visuelle Erscheinungsbild der Corporate Identity. – In: Birkigt, Klaus: Corporate Identity: Grundlagen, Funktionen, Fallbeispiele / Klaus Birkigt ; Marinus M. Stadler ; Hans J. Funck. – 11., überarb. und aktualisierte Aufl. – Landsberg/Lech: Redline Wirtschaft, 2002, S. 194

³⁹Stankowski, S. 195

⁴⁰Link, Marco: Realisierung einer Print- und Internetpräsentation: unter Berücksichtigung von Corporate Design, Usability und Marketing-Aspekten. – Offenburg, Hochschule, Bachelorarbeit, 2010, S. 18

⁴¹Stankowski, S. 196

Das seit 1998 im Gebrauch befindliche Logo des FIZBw und des Verbundes der FachInfoUstgBw stellt ein kleines „i“ für „Information“ mit 2 rechtwinkligen Formen dar, die nach der Intention der beauftragten Graphikerin an Buchstützen gemahnen sollen (Abbildung 1).⁴² Oft wird dieses Logo entweder mit dem Schriftzug „Fachinformationszentrum der Bundeswehr“ oder mit „Fachinformationsunterstützung der Bundeswehr“ kombiniert, es kann aber auch für sich allein stehen. Rechtwinklige Formen wirken traditionell mächtig und passiv.⁴³ Unabhängig davon, ob der nicht-bibliothekarische Betrachter hier an Buchstützen denken würde, sollte sich das FIZBw doch die Frage stellen, ob es mit dieser traditionellen, um nicht zu sagen anachronistischen Symbolik zukünftig noch gut beraten ist. Die Buchstützen als Emblem des Berufsstandes verweisen auf eine überkommene Bestandsorientierung und bieten keine Identifikationsmöglichkeit mit jüngsten und zukünftigen Entwicklungen. Im Jahre 1998 mag dieses Logo noch seine Berechtigung gehabt haben, als es darum ging, eine Corporate Identity innerhalb des bibliothekarischen Personals des Bundeswehr-Bibliotheksverbundes zu konstituieren, wahrscheinlich war es aber auch damals schon nicht mehr auf der Höhe der Zeit. Auf alle Fälle rufen die „Buchstützen“ sicherlich unterschiedliche Interpretationen bei Bibliothekaren und Nicht-Bibliothekaren hervor. Bei einem Logo geht es aber letztlich um die Fokussierung des Wesentlichen durch Reduktion auf das Richtige.⁴⁴ Es erhebt sich die Frage, ob das bei diesem Logo der Fall ist. Über seinen Aufmerksamkeitswert, seine Signalwirkung, seinen Informations- und Erinnerungswert läßt sich keine zuverlässige Aussage machen. Wohl aber kann dem Logo Langlebigkeit und Zeitlosigkeit zugestanden werden sowie eine gewisse Eigenständigkeit. Das Logo ist integrations- und größenvariabel. Es läßt sich stark vergrößern und verkleinern sowie in schwarz-weiß reproduzieren, ohne daß die Wiedererkennbarkeit leidet. Der ästhetische Anteil und Sympathiewert kann ebenfalls schlecht beurteilt werden. Für die wichtige und große Zielgruppe der nicht-bibliothekarischen Bundeswehrangehörigen ist das Logo wahrscheinlich ohne besondere Aussage. Nichtsdestotrotz hat es sich etabliert und taucht sowohl im Printbereich, als auch in der Außen- und Innenbeschriftung des Gebäudes und im IntranetBw-Auftritt des FIZBw auf, wenn auch in ganz unterschiedlichen Blautönen und Positionen. Hier wäre dringend eine einheitliche Farbgebung und Positionierung für den besseren Wiedererkennungswert anzustreben.

⁴²Der Auswahl- und Einführungsprozeß des Logos war m.E. erneut kennzeichnend für die eher hierarchisch orientierte Befindlichkeit des FIZBw. Es wurde zunächst eine professionelle Graphikerin engagiert, die mehrere Entwürfe zum Logo erstellt hat. Sodann wählte eine zahlenmäßig sehr kleine Auswahl von führenden Mitarbeitern des FIZBw den Siegerentwurf aus. Auf der im September 1998 in Waldbröl stattfindenden Weiterbildungsveranstaltung des Bibliotheksverbundes wurden die Auswahl und Installation des Logos dann für den gesamten Verbund „von oben“ verkündet.

⁴³Kinsberger, S. 19

⁴⁴Corporate Identity und Corporate Design: neues Kompendium / hrsg. von Matthias Beyrow... – Ludwigsburg: Aveedition, 2007, S. 61

3.2 Typographie

Durch geschickte Schriftwahl und konsequente Typographie ist es möglich, eine Organisation von ihren Wettbewerbern abzuheben. Eine Schrift transportiert immer auch eine Botschaft. Die Verwendung einer einzigen Schriftfamilie als „Hausschrift“ ist ein wichtiger Faktor bei der Verwirklichung eines einheitlichen Erscheinungsbilds.⁴⁵ Die Hausschrift sollte möglichst zeitlos sein und keinem Modetrend folgen. Die gewählte Schriftart stärkt so den gesamten Auftritt und betont die Inhalte und Bilder, die die Organisation nach außen senden möchte. Charakteristika und Ausdruck der Schrift sollten mit dem Organisationsprofil übereinstimmen.⁴⁶

Das FIZBw arbeitet bei seinen Printmaterialien und digitalen Präsentationen derzeit mit unterschiedlichen Schriften (Abbildungen 2a und 2b, 3, 4, 5, 6):

- Flyer: Verdana,
- „Bw-Fachinfo“: Times New Roman,
- Fristzettel: Arial,
- „Wissensportal“: Verdana,
- „FIZWissen“: Verdana.

Alle verwendeten Schriften sind solide, konservativ und zeitlos. Sie passen damit zu dem Logo. Daß die Typographie jedoch nicht medienübergreifend angewendet wird, ist für den Wiedererkennungswert von Nachteil. Als Hausschrift würde sich z.B. die bereits im Flyer, im „Wissensportal“ und in „FIZWissen“ benutzte, serifenlose Verdana anbieten, die auch am Bildschirm gut lesbar ist.

3.3 Farbe

Die Farben eines Organisationsdesigns dienen in erster Linie dem Wiedererkennungseffekt und sollen die Botschaft der Organisation transportieren.⁴⁷ Das Farbkonzept ist neben dem Logo ein weiteres unmittelbar einprägsames Erkennungs- und Unterscheidungsmerkmal für Organisationen. In den wichtigen Printmaterialien wie Flyer und „Bw-Fachinformation“ sowie den digitalen Präsentationen des FIZBw im IntranetBw dominieren die Farben Blau und Weiß (Abbildungen 2a und 2b, 3, 5 und 6). „In der Informationsbranche (ähnlich wie in der Versicherungsbranche) gehören Blautöne zu den bevorzugten Farben. Ihnen werden vertrauenverheißende und optimistische Gefühlswerte zugeschrieben.“⁴⁸ Die Printmaterialien

⁴⁵Link, S. 22

⁴⁶Kinsberger, S. 20

⁴⁷Georgi, S. 37

⁴⁸Umlauf, Konrad: Die Gestaltung von Werbe- und Informationsmaterial. – In: Erfolgreiches Management von Bibliotheken und Informationseinrichtungen: Fachratgeber für die Bibliotheksleitung und Bibliothekare / Hrsg.:

werden durch metallisches Grau abgerundet, ein Farbton, der für Stärke steht, was gut zu der auf den Heften der „Bw-Fachinformation“ ebenfalls verwendeten Symbolik (Bundesadler, Eisernes Kreuz) paßt (Abbildung 3, vgl. Kapitel 5.2).⁴⁹ Wichtig für die Wiedererkennung ist allerdings eine möglichst genaue Farbwiedergabe auf allen Medien. Dies ist im Hinblick auf die Printmaterialien und digitalen Präsentationen des FIZBw nicht gegeben, die Blautöne sind von Medium zu Medium unterschiedlich, selbst das Logo ist farblich nicht einheitlich wiedergegeben (von Türkis über Dunkelblau bis Violett) (Abbildungen 1, 3, 7, 8, 9 und 11). Hier wäre vordringlich eine Vereinheitlichung anzustreben.

3.4 Gestaltungsraster

Wie das Logo, die Typographie und die Farbe gehört auch der Satzspiegelraster zu den Bestandteilen des visuellen Auftritts einer Organisation. „Hauptaufgabe des Rasters ist es, Texte, Abbildungen und Freiräume durch ein Ordnungsprinzip zu gliedern bzw. zusammenzufassen.“⁵⁰ Der Raster soll damit den Wiedererkennungswert unterstützen. Er sollte dahingehend entworfen sein, daß er in allen Medien einen größtmöglichen Grad an optischer Übereinstimmung schafft. Auf diese Weise sollen Farbe, Form, Schrift, Bildkompositionen und andere Objekte durch ein Ordnungsprinzip gegliedert und organisiert werden. In den Printmaterialien und den digitalen Präsentationen des FIZBw gibt es keinen einheitlich verwendeten Raster. Die einzelnen Basiselemente des Organisationsdesigns werden nicht immer gleich plaziert.

Hans-Christoph Hobohm, Konrad Umlauf. – Losebl.-Ausg. – Hamburg: Dashöfer, 2002ff. – Abschnitt 7.4.1, S. 1f. Hesse Design hat 1995 in einer Umfrage herausgefunden, daß auch bei den Top 100 der deutschen Wirtschaft die Farbe Blau mit weitem Abstand die Markenlandschaft dominiert. Vgl. Kinsberger, S. 20. Mehr als 50% der 30 DAX-notierten Unternehmen verwenden Blau als Unternehmensfarbe. Vgl. Corporate Identity und Corporate Design, S. 55

⁴⁹Vgl. Georgi, S. 39

⁵⁰Stankowski, S. 200

4 Einsatz der Basiselemente des Organisationsdesigns im visuellen Auftritt des FIZBw

Die beschriebenen Basiselemente des Organisationsdesigns sollten konsistent angewendet werden auf:

- allen Printmaterialien von der Visitenkarte über Briefbögen bis zu Publikationen und Werbematerialien,
- digitalen Präsentationen im IntranetBw,
- Leit- und Orientierungssystemen,
- Architektur und Inneneinrichtung,
- Dienstkleidung.

4.1 Printmaterialien

Die beschriebenen Elemente sind bei den Printmaterialien (Hefte der „Bw-Fachinformation“, Flyer, Begleitzettel zum Flyer, Fristzettel, Schriftverkehr, Präsentationsfolien, Lehrgangsnachweis, Visitenkarten usw.) insgesamt nicht konsistent eingesetzt (Abbildungen 3, 2, 10, 4, 11, 9, 8 und 12). Das FIZBw setzt insbesondere im Hinblick auf die Typographie, die Farben und den Raster eher auf Vielheit statt auf Einheit, was den Wiedererkennungswert beeinträchtigt. Auf den meisten Printmaterialien wird das Logo zwar eingesetzt, meist steht es in der oberen linken Ecke, allerdings in unterschiedlichen Blautönen von Türkis über Dunkelblau bis hin zu Violett sowie mit abweichender Darstellung (deutlich im Vordergrund bzw. schemenhaft im Hintergrund). Als besonders nachteilig kann das Fehlen des Logos auf den Visitenkarten der Angehörigen des FIZBw gesehen werden, an Stelle dessen das Wappen des SKA steht (Abbildung 12).⁵¹ Das Logo steht zudem mit dem Slogan „FIZBw, wenn Sie mehr wissen wollen...“ in einem ungünstigen Konkurrenzverhältnis um die Aufmerksamkeit der NutzerInnen, da beide in den meisten Printmaterialien nebeneinander auftauchen. Im Hinblick auf die Typographie sind derzeit unterschiedliche Schriften im Gebrauch (Verdana, Times New Roman und Arial), was für den Wiedererkennungswert von Nachteil ist (vgl. Kapitel 3.2). Bei den Farben dominieren unterschiedliche Blautöne mit Weiß und metallischem Grau (vgl. Kapitel 3.3). Die Positionierung der Basiselemente des Organisationsdesigns folgt keinem einheitlichen Raster.

⁵¹Das Wappen des SKA zeigt im Schildhaupt das schwarz-silberne kurkölnische Kreuz und in der Mitte den schreitenden gelben Löwen auf rotem Grund aus dem Wappen der Stadt Bonn. Im Schildfuß befindet sich das Eiserne Kreuz. Die Farbgebung entspricht den Nationalfarben der Bundesrepublik Deutschland.

4.2 Digitale Präsentationen im Intranet der Bundeswehr (IntranetBw)

Bei den von ihm selbst verantworteten und gestalteten digitalen Präsentationen des FIZBw handelt es sich um das „Wissensportal“ und um „FIZWissen“ im IntranetBw (vgl. Kapitel 2.6, 5.5, 5.6, 6.3, 6.4). In beiden Auftritten ist das Logo links oben in der Ecke positioniert, wie auch auf den meisten Printmaterialien (vgl. Kapitel 4.1) und es wird als Schrift die Verdana benutzt, was für die Lesbarkeit der Texte am Bildschirm von Vorteil ist. Wie bei den Printmaterialien dominieren auch hier die Farben Blau in unterschiedlichen Schattierungen und Weiß (Abbildungen 5 und 6).

4.3 Leit- und Orientierungssystem

In dem Leit- und Orientierungssystem des FIZBw wird das Logo in Türkis bei der Außenbeschriftung (Hinweistafel am Fuße der Treppe zum Haupteingang sowie Klingelschild) und bei der Beschriftung der Dienstzimmer eingesetzt, was insgesamt wohltuend konsistent wirkt (Abbildungen 7, 13 und 14). Auf der Innenseite der gläsernen Eingangstür hängt ein Schild mit dem Bundesadler und dem Schriftzusatz „Fachinformationszentrum der Bundeswehr“ in den Bundesfarben. Insgesamt wird an der Innenbeschilderung des Gebäudes aber deutlich, daß das FIZBw nicht auf den physisch anwesenden Nutzer eingestellt ist.⁵² Das Leitsystem ist ja bereits eine Form der Interaktion und sollte den Besucher zuverlässig durch das Gebäude leiten, was hier aber nur unzureichend gewährleistet ist. Im Vorflur gibt es lediglich eine weiße Tafel mit schwarzer Schrift, die auf die Zimmer von Abteilungsleiter, Gruppenleiter und Dezernatsleitern hinweist. Dagegen ist der Weg zur Dokumentenbereitstellung und zum Lesesaal im Erdgeschoß nicht ausgeschildert.

4.4 Architektur und Inneneinrichtung

Im Idealfall sollte ein Gebäude eine dem Organisationsdesign entsprechende Anmutung aufweisen, da Letzteres den gesamten visuellen Auftritt umfaßt und somit auch die Aspekte von Außen- und Innengestaltung der Bibliotheksunterbringung einschließt. Um auf dem globalen Informationsmarkt wahrgenommen zu werden, wird es auch für Bibliotheken immer wichtiger, sich mit qualitätvoller Architektur zu präsentieren, um eine wirklich gute und identitätsstiftende Adresse zu schaffen.⁵³ Heutzutage funktioniert die Architektur intern wie auch in der Außenwirkung als Kommunikationsinstrument. Organisationsarchitektur kann hier als über-

⁵²FIZBw-externe NutzerInnen des SKA sprechen in der Regel nur dann persönlich in der Dokumentenbereitstellung vor, wenn sie bei Wegversetzung ihren Laufzettel abzeichnen lassen müssen, um zu dokumentieren, daß ihr Nutzerkonto in Ordnung ist. Der bereitgehaltene Lesesaal im Erdgeschoß des Hauses, dessen Bücher bereits von der Straße aus durch die Fenster gesehen werden können, ist in der Regel unbenutzt und die Dokumentenbereitstellung wird über Telefon und E-Mail abgewickelt.

⁵³Corporate Identity und Corporate Design, S. 120

greifende Strategie eine prägende Funktion übernehmen und bietet das Potenzial, die verschiedenen Ebenen des Organisationsdesigns synergetisch zusammenzuführen. Es kann dabei zwischen Elementen, die das äußere und das innere Erscheinungsbild der Architektur bestimmen, differenziert werden. Mögliche Aspekte sind dabei bei den äußeren Komponenten: Standort und Sichtbarkeit, Gebäudeform sowie Einsatz von Farbe, Schrift und Zeichen. Bei den inneren Komponenten zählen u.a. die Gestaltung der Erschließungselemente sowie die Organisation der Innenräume.

Das FIZBw hat seit Frühjahr 2006 seinen Sitz in der Gorch-Fock-Straße 5-7 im rechtsrheinischen Bonner Stadtteil Beuel (Abbildung 15).⁵⁴ Das derzeit genutzte Gebäude ist langgestreckt, verfügt über 2 Eingänge und bietet Dienstzimmer im Erdgeschoß sowie im ersten und zweiten Obergeschoß. Es wirkt durch seinen weißen Anstrich einerseits hell und transparent, andererseits durch die symmetrische Bauweise mit turmartigen Treppenhäusern aber auch recht kolossal. Symmetrische Bauten demonstrieren traditionell Macht, wodurch sich das Gebäude gut in die Anklänge machtvollen Design-Wollens wie z.B. auf dem Cover der „Bw-Fachinformation“ (Eisernes Kreuz und Bundesadler in Großformat) einfügt (Abbildung 3, vgl. Kapitel 5.2). Die Innenräume des Gebäudes sind ebenfalls weiß gestrichen und der Teppichboden ist in anthrazitgrau gehalten. Ein wichtiges stilbildendes Merkmal sind die gläsernen Dienstzimmertüren, die die direkte Einsicht in die Räumlichkeiten ermöglichen.⁵⁵ Bei der Nutzung vorhandener Gebäude durch die öffentliche Hand finden Anwendungsgrundsätze des Organisationsdesigns häufig ihre limitierenden Grenzen. Aufgrund seines gleichzeitig modernen als auch machtvollen Gepräges und der durch die Farbgebung und die Glastüren zum Ausdruck kommenden Offenheit und Transparenz stellt das Gebäude m.E. jedoch eine gute Ausgangsbasis für die adäquate Weiterentwicklung des visuellen Auftretts des FIZBw hin zu einem gelungeneren Organisationsdesign dar (vgl. Kapitel 7).

4.5 Dienstkleidung

Dienst- oder Organisationsbekleidung bezeichnet ganz allgemein eine organisationsspezifische Kleidung, die sich an den Richtlinien der Organisationsidentität orientiert. Es ist dieordnete und vereinheitlichte Kleidung, die von den Organisationsangehörigen täglich getragen wird. Idealerweise sollte der Bekleidungsstil dem Leitbild entsprechen. Durch die gemischte Besetzung der Dienstposten des FIZBw mit zivilen MitarbeiterInnen und SoldatInnen

⁵⁴Damit ist es disloziert von der Amtsführung des SKA, die auf der Hardthöhe sitzt und den anderen, über die ganze Stadt verteilten Abteilungen (neben weiteren Organisationseinheiten in Köln und Berlin) mit ihren potentiellen NutzerInnen untergebracht, was naturgemäß für die unmittelbare Visibilität und physische Frequentierung dieser Informationseinrichtung von Nachteil ist. Das vor wenigen Jahren bezogene Gebäude in Beuel ist keine bundeswehreigene Liegenschaft, sondern wurde für das FIZBw vom Bund angemietet.

⁵⁵Die Glasflächen der Türen sind bei personalführenden Dienstpersonen mit Folie abgedeckt.

ist der visuelle Auftritt der Angehörigen der Dienststelle naturgemäß heterogen, da die soldatischen Mitglieder ihre Uniform tragen, während die zivilen Mitglieder keiner festen Bekleidungsvorschrift unterliegen. Die Vielfalt der zivilen Bekleidungen von „(very) casual“ bis „business“ im Sinne eines liberal-beliebigen „come as you are“ könnte lediglich durch eine freiwillige Rahmenvereinbarung im Sinne eines „bottom-up-approaches“ erfolgen. Da ein regelmäßiger Publikumsverkehr im FIZBw aufgrund seiner dislozierten Lage derzeit nicht gegeben ist, halten sich die Nachteile dieser Uneinheitlichkeit und Semi-Beliebigkeit jedoch in Grenzen.

4.6 Fazit: Ist im visuellen Auftritt ein Organisationsdesign erkennbar und was sind seine Merkmale?

Im visuellen Auftritt des FIZBw ist zwar der Wille zu einem Organisationsdesign erkennbar, aufgrund vorhandener Inkonsistenzen in der Gestaltung und limitierender Rahmenfaktoren wird der Gesamteindruck jedoch nachhaltig gestört, so daß der visuelle Auftritt nicht aus einem Guß wirkt. Unterschiedliche, zum Teil divergierende Aspekte machen seine Merkmale aus: dominierende Konservativität (Logo, Typographie, Farben, Symbole) auf der einen Seite, Tendenzen von Modernität und Transparenz (Architektur und Inneneinrichtung) auf der anderen Seite, allenthalben begleitet durch eine gewisse Beliebigkeit (Farben, Typographie, Positionierung der Basiselemente, Gestaltungsraster, Bekleidung der zivilen MitarbeiterInnen). Konservativität in der Farb- und Formgebung entspricht sicher dem Gesamtcharakter der Bundeswehr, jedoch sollte sich das FIZBw als Informationseinrichtung mit seinem Anspruch „FIZBw, wenn Sie mehr wissen wollen...“ auch im Hinblick auf den visuellen Auftritt eher in Richtung von mehr Modernität und Transparenz orientieren (vgl. Kapitel 7).

5 Sind Gestaltung und sprachlicher Ausdruck der Printmaterialien und der digitalen Präsentationen zielgruppenadäquat?

Folgende Materialien und Präsentationen wurden von der optischen Gestaltung und vom sprachlichen Ausdruck in den Texten her in die Betrachtung einbezogen:

- Flyer,
- „Bw-Fachinformation“,
- Fristzettel,
- Ausstellungswand,
- „Wissensportal“,
- „FIZWissen“.

5.1 Flyer

Der Flyer des FIZBw begrüßt den Leser mit dem für die vorliegende Arbeit titelgebenden Slogan „FIZBw, wenn Sie mehr wissen wollen...“ vor den in Textmarkeroptik dargestellten Bundesfarben Schwarz, Rot, Gold (Abbildung 2a und 2b). „In der heutigen Informationsgesellschaft ist Wissen zu einer wichtigen Ressource geworden“, heißt es in der Konzeption der Bundeswehr vom August 2004⁵⁶, dieser Aussage ist der Slogan innerlich verpflichtet. Optisch surft das FIZBw hier auf der Welle der spätestens seit der Fußballweltmeisterschaft 2006 und der Aktion „Deutschland Land der Ideen“ angesagten Flaggenbegeisterung. Vom Wording knüpft der Spruch an Slogans anderer renommierter Informationsdistributeure an, wie „Seien Sie anspruchsvoll“ (Süddeutsche Zeitung) oder „SPIEGEL-Leser wissen mehr“. Der Spruch „wenn Sie mehr wissen wollen...“ adressiert direkt ein Exklusivitätsbestreben der NutzerInnen (Sie sind nicht mit weniger zufrieden. Sie sind anspruchsvoll. Sie wollen mehr wissen/Wissen.). Unterstrichen wird die Alliteration („wenn-wissen-wollen“) dadurch, daß „wissen“ sowohl als Substantiv als auch als Verb gelesen werden kann. Dieser Slogan findet sich auf vielen Printmaterialien des FIZBw, jeweils allerdings in unterschiedlichen Positionen, u.a in der linken oberen Ecke des Flyers, in der rechten unteren Ecke des Begleitzettels zum Flyer (Abbildung 10), auf der hinteren Umschlagseite aller Hefte der „Bw-Fachinformation“ und auch auf dem Schreibpapier des FIZBw. Auch hier wäre eine Vereinheitlichung der Positionierung zur besseren Wiedererkennung anzustreben. Sprachlich ist der gesamte Flyer in einem sowohl selbstbewußten („Wir finden, was Sie suchen!“, „Wir liefern, was Sie brauchen!“) als auch partnerschaftlichen Ton geschrieben. Die Wörter „wir“ und „unser“ kommen sehr häufig vor, der Leser wird oft direkt angesprochen, in der Regel mit der

⁵⁶Blum, S. 51

pragmatischen Verheißung im Sinne von „Wir kriegen das schon geregelt“ oder „Geht nicht, gibt's nicht“. Insgesamt erscheint das FIZBw hier im Licht einer modernen und praktisch orientierten Informationseinrichtung, die weiß, daß sie etwas zu bieten hat und auf die man sich verlassen kann. Die konsequente farbliche Gestaltung des Flyers in Blau, Weiß, Silber paßt sehr gut zu den Organisationsfarben der Bundeswehr. Eine optisch ansprechende Montage diverser Screenshots, die sichtbar wird, wenn man den Flyer aufblättert, bereitet den Leser auf seinen möglichen Besuch beim FIZBw und seiner Web-Präsenz gut vor und macht neugierig auf mehr. Insgesamt kann der Flyer als ansprechend und zielgruppenadäquat bewertet werden. Die partnerschaftliche und lockere Sprache mit einem Hauch Snobismus („wenn Sie mehr wissen wollen...“) dürfte m.E. Chancen haben, bei den NutzerInnen gut anzukommen, was freilich im Rahmen einer Nutzerbefragung noch verifiziert werden könnte.

5.2 „Bw-Fachinformation“

Die Hefte der „Bw-Fachinformation“ (vgl. Kapitel 2.6) sollen den NutzerInnen in einer Zeit der Informationsüberflutung als Komplexitätsreduktion Orientierung über verteidigungsrelevante Themengebiete geben. Die Gestaltung der Hefte sollte idealerweise die Aufmerksamkeit und Sympathie der Zielgruppe erreichen und sie animieren, die Inhalte und Botschaften des Inhalts aufzunehmen und zu verarbeiten. Das Format der Hefte orientiert sich in Größe und Umfang an dem von Zeitschriftenheften, von der optischen Gestaltung der Coverseite her sind die einzelnen Hefte identisch und unterscheiden sich lediglich durch den Titel der Heftreihe voneinander (Abbildung 3). Das Cover wird jeweils dominiert durch die zentrale, großformatige Abbildung von Bundesadler und Eisernem Kreuz, wodurch sich das FIZBw unmißverständlich als Bundeswehreinrichtung positioniert.⁵⁷ Es setzt damit auf eine sehr traditionelle und für die Bundeswehr gängige Symbolik. Vor diesem Hintergrund stellt sich die Frage, ob bei dieser verwendeten Symbolik ein hoher Aufmerksamkeitswert durch Besonderheit, Signalwert und Abheben vom Umfeld gewährleistet ist. Auch die Frage der Unverwechselbarkeit durch eine eigene Profilbildung, Prägnanz, Deutlichkeit und vor allem Eigenständigkeit ist zu prüfen. Dadurch, daß auf allen offiziellen Papieren der Bundeswehr das Eisernerne Kreuz und häufig auch der Bundesadler abgebildet werden, ist ein besonderer Aufmerksamkeitswert und ein Abheben vom Umfeld mit dieser traditionellen Optik nicht gewährleistet. Eine Unverwechselbarkeit und Eigenständigkeit wird daher nicht erreicht.

⁵⁷Das Eisernerne Kreuz ist seit 1956 Hoheitszeichen der Bundeswehr und blickt auf eine lange Geschichte, u.a. traditionell als Tapferkeitsauszeichnung verliehen, zurück. Heute ist es in den Farben Blau und Silber Symbol für die Bundeswehr. Auch die Ehrenzeichen tragen das Eisernerne Kreuz als Symbol für Freiheitsliebe, Ritterlichkeit und Tapferkeit.

Die für die einzelnen Ausgaben der „Bw-Fachinformation“ zuständigen FachdezernentInnen sind gehalten, ihren Heften ein Editorial voranzustellen, was in ganz unterschiedlicher Qualität vorgenommen wird. 5 Beispiele sollen einen Eindruck davon geben, wie sich das FIZBw hier präsentiert und wie die NutzerInnen angesprochen werden.

Im Editorial des Heftes 02 (2011) der Reihe 12 der „Bw-Fachinformation“, „Landstreitkräfte“, verabschiedet sich der zuständige Fachdezernent mit einem persönlichen Photo im Flecktarn-Kampfanzug von seinen LeserInnen in seinen bevorstehenden Auslandseinsatz nach Afghanistan (Abbildung 19).⁵⁸ Das Photo zeigt ihn sitzend vom Schreibtisch weggedreht mit offener Körperhaltung, der Gesichtsausdruck ist freundlich-angespannt, was angesichts des bevorstehenden Einsatzes durchaus authentisch wirkt. Durch die nicht alltägliche Form des Photos in Oval wird zusätzlich Aufmerksamkeit gebunden. In dem begleitenden Text wird die sehr persönliche Anrede „Liebe Nutzerinnen und Nutzer, Leserinnen und Leser der Bundeswehr-Fachinformation“ gewählt, was mit der Unterschrift „Ihr [Vorname Name], Oberstleutnant und Fachdezernent Landstreitkräfte“ stilistisch korrespondiert. Durch die Schilderung seiner zukünftigen Aufgabe in Afghanistan kommt in dieses Editorial ein „human touch“ unter dem Motto „one of us“, was hier sehr gut paßt, weil es zielgruppenadäquat ist. Die Auslandseinsätze sind neben der Reform der Bundeswehr nämlich das, was ihre Angehörigen derzeit beschäftigt.

Im Editorial des Heftes 01 (2011) der Reihe 14 der „Bw-Fachinformation“, „Seestreitkräfte, Marine Corps, Marineinfanterie“, wird der eine dreiviertel DIN-A4-Seite umfassende, eng gedruckte Text ebenfalls durch ein persönliches Photo des verantwortlichen Fachdezernenten begleitet (Abbildung 20).⁵⁹ Das Photo bildet die Person sitzend hinter dem Schreibtisch ab, bekleidet im Dienstanzug ohne Jacke, aber mit Krawatte, also formal korrekt, aber nicht übertrieben förmlich. Der Abgebildete wirkt sehr freundlich und präsent, von der Körperhaltung her auch durchaus standesbewußt, was durch die Bildunterschrift mit Dienstgrad Fregattenkapitän und Funktionsbezeichnung noch unterstrichen wird. Sitzposition und Körperhaltung entsprechend hat der Autor die distanziertere Anrede „Sehr geehrte Leserinnen und Leser“ gewählt. Es folgt eine sprachlich anspruchsvolle Einbettung des vorliegenden Heftes in die derzeitige Diskussion über die Reform der Bundeswehr und die Konsequenzen für die Marine, was ebenfalls zielgruppenadäquat ist. Anrede, Text und Photo bilden eine Einheit, wenn auch dem eiligen Leser ein Zuviel an Text zugemutet wird.

Im Editorial von Heft 03 (2011) der Reihe 15 der „Bw-Fachinformation“, „Sanitätsdienst, Gesundheitswesen“ wird die zuständige Fachdezernentin nicht durch ein Photo persönlich

⁵⁸Landstreitkräfte. – Bonn: FIZBw, 2011. – (Bw-Fachinformation/Reihe 12 ; 02), S. [6]

⁵⁹Seestreitkräfte, Marine Corps, Marineinfanterie. – Bonn: FIZBw, 2011. – (Bw-Fachinformation/Reihe 14 ; 01), S. [6]

vorgestellt, sondern sie nutzt die Gelegenheit für eine halbseitige Gesundheitserziehung ihrer LeserInnen auf dem allgemein verständlichen Niveau einer hausärztlichen Sprechstunde, in der auch auf wirtschaftliche Aspekte eingegangen wird: „Gesundheitsprophylaxe durch körperliche Fitness gewinnt in der heutigen Zeit zunehmend an Bedeutung. Volkswirtschaftlich gesehen ließen sich enorme Kosten durch eine verbesserte körperliche Fitness der Bevölkerung sparen. Risikofaktoren wie Stress, Übergewicht, Alkohol- und Nikotinkonsum sowie Fehlernährung und körperliche Inaktivität führen zu gesundheitlichen Einbußen [...]. (Abbildung 21)“⁶⁰ Bundeswehr-korrekt sind die Anrede („Sehr geehrte Leserinnen und Leser“) sowie die Schlußformel „Damit verbleibe ich mit kameradschaftlichen Grüßen“ plus Unterzeichnung mit akademischem Titel Dr. med. und Dienstgrad Oberstabsarzt. Zur Beglaubigung des Textes ist unten rechts auf der Seite das Photo eines Blutdruckmeßgerätes abgebildet, was sicher besser ist als gar kein Photo. Insgesamt ist der gesundheitsedukative Text jedoch für die Zielgruppe des medizinischen Fachpersonals, also Ärzte, Apotheker, medizinisches Hilfspersonal usw., für die diese Heftreihe ursprünglich ins Leben gerufen wurde, vom Niveau her eindeutig zu niedrig. Dieser Text wäre eher für Blätter wie die „Apotheken-Umschau“ geeignet, die die Information medizinischer Laien zum Ziel hat.

Im Editorial von Heft 01 (2011) der Reihe 21 der „Bw-Fachinformation“, „Waffen- und Munitionstechnik“, stellt der zuständige Fachdezernent eine besonders erwähnenswerte Monographie mit Coverphoto vor und weist auf zwei Fachveranstaltungen aus dem Bereich der Waffen- und Munitionstechnik hin (Abbildung 22).⁶¹ Der Beitrag ist sprachlich sehr ansprechend und anspruchsvoll gestaltet sowie inhaltlich fundiert formuliert. Anrede („Sehr geehrte Leserinnen und Leser“) sowie Ausleitung („Eine gute Lektüre wünscht Ihnen [Initiale Nachname], Fachdezernent Waffen und Munitionstechnik“) sind formal korrekt. Da der Verfasser promoviert ist, hätte der Zusatz des Dokortitels sicher noch zur Steigerung des fachlichen Renommés und damit der Akzeptanz beigetragen.

Im Editorial von Heft 01 (2011) der Reihe 11 der „Bw-Fachinformation“, „Sicherheitspolitik und Streitkräfte“ hat der zuständige Fachdezernent auf Vorstellung, Anrede und Schlußformel in Gänze verzichtet (Abbildung 23).⁶² Der Leser wird direkt mit dem Text „Ein Ende der Ära Mubarak zwingt Israel zu einer neuen Außenpolitik [...]“ konfrontiert. Der Text erweckt eher den Eindruck eines außenpolitischen Kommentars, der zudem durch eine Schlußnote im Sinne einer persönlichen Bewertung noch ergänzt wird „Der Iran freut sich wohl über die Vorgänge in Ägypten. Wie es weitergeht, ist derzeit unklar.“ Am Schluß wird versichert: „Die vorliegende Heftreihe wird die Entwicklung im Nahen Osten aufmerksam verfolgen und die

⁶⁰Sanitätsdienst, Gesundheitswesen. – Bonn: FIZBw, 2011. – (Bw-Fachinformation/Reihe 15 ; 03), S. [6]

⁶¹Waffen- und Munitionstechnik. – Bonn: FIZBw, 2011. – (Bw-Fachinformation/Reihe 21 ; 01), S. [6]

⁶²Sicherheitspolitik und Streitkräfte. – Bonn: FIZBw, 2011. – (Bw-Fachinformation/Reihe 11 ; 01), S. [6]

relevanten Dokumente dazu anzeigen.“ Der Text wirkt distanziert und unterkühlt, ein wichtiger Zweck eines Editorials, nämlich die Ansprache der Leserschaft wird hier nicht erfüllt.

5.3 Fristzettel

Der Gestaltung des Bücherfristzettels kommt deswegen eine besondere Bedeutung zu, weil er allen NutzerInnen, die im FIZBw ein Buch ausleihen, ausgehändigt wird. Er verkörpert sozusagen den Anteil des FIZBw, den die NutzerInnen „mit nach Hause tragen können“. Seine Gestaltung ist m.E. allerdings nicht sehr günstig realisiert worden (Abbildung 4). An Stelle der Abbildung eines an die „gute alte Zeit“ gemahnenden, romantisch anmutenden Bücherstapels sollte das FIZBw hier lieber sein Logo oder seinen Slogan „FIZBw, wenn Sie mehr wissen wollen...“ zusammen mit den wichtigsten Kontaktdaten (Informationsvermittlung, Dokumentenbereitstellung, Web-Adresse) abbilden. Dem Kunden würde so die Botschaft signalisiert: das FIZBw bietet noch viel mehr außer (alten) Büchern.

5.4 Ausstellungswand

Die im Frühjahr 2011 überarbeitete Ausstellungswand wurde im Hinblick auf die darauf zum Ausdruck kommende „Policy“ bereits in Kapitel 2.8 kurz behandelt. Die erste Tafel faßt die „Policy“ des FIZBw klar und verständlich zusammen. Als Hintergrund zum Text ist schemenhaft das Logo des FIZBw abgebildet. Im unteren Drittel links befinden sich ein Screenshot der Suchmaske des Online-OPACs sowie ein Screenshot aus „FIZWissen“. Rechts daneben sieht man ein Photo des Gebäudes des FIZBw. Unter der Überschrift „Wir suchen für Sie ...“ wird auf der zweiten Tafel auf die Informationsdienstleistung der Auftragsrecherche hingewiesen. Die untere Hälfte der Tafel zeigt drei Photos, eins von zwei Mitarbeiterinnen am PC-Arbeitsplatz, dann ein blasseres, schemenhaftes Photo einer männlichen Person mit Tastatur sowie ein Photo von Lesesaal-Bücherregalen. In der dritten, mittleren Tafel sieht man das Logo des FIZBw im Großformat. Darunter steht als Hintergrund ein schemenhaftes Photo vom Haupteingang des Gebäudes des FIZBw und im Vordergrund großgedruckt die Anschrift. Unter der Überschrift „und liefern, was Sie brauchen!“ wird auf der vierten Tafel die Dienstleistung der Dokumentenbereitstellung präsentiert. Das Hintergrundphoto darunter zeigt Bücherregale, im Vordergrund ein Photo eines Lesesaalregals mit Benutzerarbeitsplatz sowie die Abbildung eines Bücherstapels. Unter der Überschrift „Wissen per E-Mail“ wirbt das FIZBw auf der fünften Tafel für seinen Dokumentenversand per E-Mail. Darunter gibt es erneut ein Photo von drei MitarbeiterInnen am PC-Arbeitsplatz sowie eine Zusammenstellung der unterschiedlichen Reihen der „Bw-Fachinformation“.

Aufmachung und sprachliche Gestaltung der fünf Tafeln können positiv bewertet werden. Insgesamt überzeugen bei dieser Ausstellungswand die Integration von Photos aus dem tägli-

chen Leben des FIZBw und das pragmatische Wording in den Texten. Mit Ausnahme des Begriffes „Verbundkatalog“, mit dem der durchschnittliche Nutzer wahrscheinlich nichts anfangen kann, kommt der Text ohne bibliothekarische Fachbegriffe aus. Positiv ist auch, daß bei den Photos relativ häufig Angehörige des FIZBw abgebildet sind, denn Photos von Personen binden in der Regel die Aufmerksamkeit länger als Photos von Gegenständen. Der Farbeindruck der Ausstellungswand ist bestimmt von den Farben Grau, Weiß und Blau und paßt somit zu dem Flyer (vgl. Kapitel 5.1) und den Heften der „Bw-Fachinformation“ (vgl. Kapitel 5.2).

5.5 „Wissensportal“

Das „Wissensportal“ im IntranetBw ist konsequent in den Farben Blau und Weiß gehalten (vgl. Kapitel 2.6, 4.2, 6.3). In dem Abschnitt „Wir über uns“ werden die LeserInnen durch ein Brustphoto eines dem Betrachter zugeneigten, freundlich lächelnden Oberst der Luftwaffe begrüßt (Abbildung 24). Uniformität entfaltet einerseits eine eigene Ästhetik, die dem FIZBw als militärische Dienststelle gut steht, andererseits repräsentiert sie aber auch das Prinzip der Standardisierung. „Uniformierte Menschen sind vereinheitlichte Menschen. Sie stehen nicht mehr für ihre Individualität und ihre besonderen Fähigkeiten, sondern für ihr Funktionieren im Ganzen.“⁶³ Genau das aber paßt zur Bundeswehr. Positiv ist auch, daß im Kopf der Seite vom „Wissensportal“ das Photo eines lesenden jungen Luftwaffensoldaten im Range eines Leutnants vor Bücherregalen abgebildet ist, so daß sich hier sowohl lebensjüngere als auch lebensältere bzw. dienstgradniedrigere und dienstgradhöhere Militärs angesprochen fühlen können. Eine Aktivierung der Wahrnehmung wird auch hier durch Personenabbildungen erreicht. Hinzu kommt, daß die Zielgruppen sich in den abgebildeten Personen wiedererkennen können und die abgebildeten Personen zugleich einen Bezug zur Einrichtung herstellen.⁶⁴

Von der Optik her ist der Auftritt durch den Einsatz der Farben, der zwei Photos von Personen in Uniform und durch die klassische, gut lesbare Schrift Verdana durchaus zielgruppenadäquat. Erheblicher Optimierungsbedarf besteht aber im Hinblick auf die sprachliche Gestaltung der vorhandenen Texte des „Wissensportals“. Sehr ungünstig ist die häufige Verwendung von bibliothekarischen Fachtermini. Insbesondere bei der Navigation ist ein kundenfreundliches Wording aber von großer Bedeutung, um dem Besucher Wege zur Information zu ebnen, indem man die Sprache seiner KundInnen verwendet. Navigationsbegriffe sollten daher immer allgemein verständlich, aussagekräftig und möglichst kurz abgefaßt werden. Es kann von dem

⁶³Corporate Identity und Corporate Design, S. 160

⁶⁴Umlauf, Konrad: Die Gestaltung von Werbe- und Informationsmaterial, S. 2

Kunden nicht verlangt werden, daß er weiß, was ein „Verbundkatalog“ ist.⁶⁵ Für den Nutzer etwas irritierend ist sicher auch die gewählte Aufteilung in „Dokumentenlieferung“, „Ausleihe“ und „Fernleihe“, die für den bibliothekarisch vorgebildeten Leser Sinn machen mag, für den durchschnittlichen Nutzer aber eher irrelevant ist. Mit „Dokumentenlieferung“ sind hier digitale oder Papierkopien zum Verbleib gemeint, aber letztendlich sind auch die „Ausleihe“ und die „Fernleihe“ eine Form der „Dokumentenlieferung“. Verwirrend ist zudem das verbale Nebeneinander von „Dok.-Bereitstellung“ und „Dokumentenlieferung“. Hier sollte ein für den Nutzer verständlicheres Wording gewählt werden. Ungünstig ist auch die Wiederholung des Begriffes „Neuerwerbungen“ auf zwei unterschiedlichen Seiten in der Navigation. Statt einer Wiederholung des Begriffes in der Subnavigation, könnte die Begriffsumschreibung „Neu im Bestand“ gewählt werden. Der Ersatz des Begriffes „Vorschläge“ durch „Ihre Vorschläge“ würde dem Nutzer besser signalisieren, daß er aufgefordert ist, aktiv eigene Vorschläge einzubringen. Die häufige Verwendung des Begriffes „Allgemeines“ in der Navigation und den beschreibenden Texten („Allgemeines zum Recherchedienst“) ist nicht empfehlenswert, denn er ist zu unspezifisch und wirkt langweilig. Auch bei „Dokumentenbereitstellung“ ist er m.E. ungeschickt gewählt. Besser wäre für den dazugehörenden Text eine Überschrift wie „Unser Service (für Sie)“ oder „Unser Angebot“.

Um den Besucher nicht zu verunsichern, sollte das Wording konsequent vereinheitlicht und auf den Gebrauch von Synonymen verzichtet werden (z.B. „Infoanfrage“, „Recherche“ und „Rechercheanfrage“). Insgesamt sollte die so wichtige Navigation nach möglichen Besucheraktionen gegliedert und benannt sein (z.B. „Bücher suchen“ statt „Verbundkatalog“). Die die einzelnen Dienstleistungen beschreibenden Texte sind von der verwendeten Sprache her ähnlich wie Flyer und Ausstellungswand (vgl. Kapitel 5.1, 5.4) formuliert, also kurz und pragmatisch, wohingegen der Text von „Wir über uns“ sehr viele bürokratische Formulierungen enthält („Die Fachabteilung III hat den Auftrag ... Sie gliedert sich in zwei Gruppen ...“), so daß hier eher eine Distanz zwischen dem FIZBw und den NutzerInnen erzeugt wird.⁶⁶ Hier wäre es m.E. besser, durch eine direkte Ansprache eine freundliche Beziehung mit dem Besucher

⁶⁵Georgy, Ursula: Online Marketing. – In: Erfolgreiches Management von Bibliotheken und Informationseinrichtungen: Fachratgeber für die Bibliotheksleitung und Bibliothekare / Hrsg.: Hans-Christoph Hobohm, Konrad Umlauf. – Losebl.-Ausg. – Hamburg: Dashöfer, 2002ff. – Abschnitt 7.6.6, S. 1

⁶⁶Grundelemente der Darstellung der Dienststellen ist zwar die Darstellung ihres Auftrags und ihres Zuständigkeitsbereichs sowie ihre Einordnung in den Gesamtauftrag der Bundeswehr, aber die Onlineauftritte sprechen eine Vielzahl unterschiedlicher Zielgruppen an und sollen sich an deren Sprachgefühl und Sprachverständnis orientieren. „Es muss daher für die Bundeswehr ein Kompromiss aus sachlich korrekter Fachsprache und lebendiger Umgangssprache gefunden werden. Abstraktes Amtsdeutsch ist zu vermeiden.“ „Ausschlaggebend für die Themenwahl und –präsentation ist also der Wert einer Information für die Ansprache der Zielgruppen, ihre Aktualität, Attraktivität und ggf. ihr praktischer Nutzen. Eine bloße Widerspiegelung von Zuständigkeiten und Organisationsstrukturen ist bei Auswahl und Präsentation von Inhalten zu vermeiden.“ Vgl. Portal- und Inhaltsleitfaden für die Informationsarbeit in den Onlinemedien des BMVg und der Bundeswehr. – Berlin: Bundesministerium der Verteidigung, 2007, S. 7, 12

aufzubauen (z.B. „Herzlich willkommen im Fachinformationszentrum der Bundeswehr (FIZBw). Wir freuen uns, daß Sie unsere Seiten besuchen.“) und im Anschluß daran direkt die wesentlichen Informationsdienstleistungen des FIZBw, die ihm Zeit und Mühe sparen können, besonders herauszustellen (z.B. „Wir bieten Ihnen zahlreiche Dienstleistungen, die Ihnen Zeit und Mühe sparen können.“).

5.6 „FIZWissen“

Seinen Informationsdienst „FIZWissen“ im IntranetBw bewirbt das FIZBw mit dem Slogan „FIZWissen wissen.schnell.finden“ zusammen mit einem verfremdeten Photo des Elbtunnels bei Nacht im Kopf der Seite (Abbildung 6, vgl. Kapitel 2.6, 4.2, 6.4). Nach der Intention des Texters und Photographen sollen Slogan und Photo die besondere Dynamik der Wissensprozesse reflektieren („Lichtgeschwindigkeit des Wissens“, „Licht am Ende des Tunnels“). Beide zusammen erheben den Anspruch, das Dienstleistungsangebot des FIZBw in ein modernes Licht zu tauchen.

Die meisten Benennungen der Navigation, also „FIZRückblick“, „FIZWiki“, „FIZLesetipp“ und „FIZRegiotipp“ in der Vertikalen links sowie „FIZAktuell“, „FIZReport“ und „FIZDossier“ in der Horizontalen oben, sind gewollt stilistisch analog gebildet, wodurch zwar Einheitlichkeit erzeugt, über die eigentlichen Inhalte dahinter aber meist wenig ausgesagt wird. Im Interesse der Transparenz sollte die Navigation themenentsprechend benannt werden. Die permanente Wiederholung von „FIZ“ betont zwar ein Identitätskürzel der Dienststelle, kann aber auch monoton wirken und trägt zum inhaltlichen Verständnis nicht bei. „FIZAktuell“ könnte z.B. durch „(Tages-)Aktuelle Meldungen“ (Abbildung 16) und „FIZDossier“ (Abbildung 18) durch „Auslandseinsätze“ ersetzt werden, da alle Texte in „FIZDossier“ sich auf die Einsätze der Bundeswehr beziehen. Entsprechend könnten auch die übrigen Benennungen modifiziert werden. Statt „Bibliothekskatalog“ in der horizontalen Navigation könnte eine entsprechende Nutzeraktion benannt werden, z.B. „Literatur suchen“. Auf der Seite des „Bibliothekskataloges“ sollte unbedingt auf bibliothekarische Fachsprache verzichtet werden („Willkommen im WWW-OPAC des Fachinformationszentrums der Bundeswehr“).

Genau wie im „Wissensportal“ gibt es auch in „FIZWissen“ einen Text „Wir über uns“ (Abbildung 25). Dieser Text ist mit seinen 2 Seiten viel zu lang, um am Bildschirm leicht gelesen werden zu können. Zudem enthält er auch zahlreiche sehr lange Satzkonstruktionen, die den Leser unnötig herausfordern. Es wird nicht unmittelbar deutlich, was das Besondere an der Dienstleistung von „FIZWissen“ ist. Auch in diesen Text sind drei Photos integriert (Abbildung 25 und 26). Das Erste zeigt Bücherregale, das Zweite erneut eine verfremdete Aufnahme

des Elbtunnels bei Nacht und das Dritte wieder ein Bücherregal, diesmal mit historisch aussehenden Büchern. Die Photos mit den Bücherregalen transportieren ein eher altmodisches Image einer Bibliothek. Einerseits will sich das FIZBw mit „FIZWissen“ und seinen Subdiensten „FIZAktuell“ (Abbildung 16), „FIZReport“ (Abbildung 17) „FIZDossier“ (Abbildung 18) usw. als am Puls der Zeit stehende Informationseinrichtung präsentieren, andererseits bedient es mit diesen auch photographisch anspruchslosen Photos das Bild einer betagten, altertümlichen Bibliothek. Insgesamt wirkt die Photoauswahl in diesem Text konstruiert. Text und Bilder zusammen können den Leser nicht wirklich erreichen.

Genausowenig professionell und zielgruppenadäquat wirkt die Gestaltung der Eingangsseite von „FIZRückblick“ (Abbildung 27). Die impressionistischen Photos mit Landschafts-, Blumen- und archäologischen Motiven passen nicht zu einem militärischen Fachportal. Hier kommt ein verspieltes Moment zum Tragen, das mit der restlichen Struktur und der Bundeswehr nicht harmoniert. Auch die kulturgeschichtliche Beleuchtung der Monatsnamen ist sicher nicht das, was man von einem militärischen Fachportal erwartet (Abbildung 28). Motive aus dem gesamten militärischen Aufgabenspektrum scheinen an dieser Stelle besser geeignet zu sein.

Diskussionswürdig erscheint auch die Rubrik „FIZRegiotipp“, in der regelmäßig touristische Tips für die rheinische Region gegeben werden (Abbildung 29). Während die Angehörigen der Bw-Dienststellen im Raum Köln/Bonn regionale Tips begrüßen dürften, hat dieser „Service“ für Bw-Dienststellen in anderen Bundesländern nur eine sehr nachrangige Bedeutung. Lediglich der Hinweis auf die AFCEA-Fachausstellung zur Vernetzten Operationsführung ist zielgruppenadäquat, bundeswehrbezogen und von allgemeinem Interesse. Die Anbindung des Themen-Wikis „Bibliotheks- und Dokumentationswesen Bw“ (Abbildung 30) nimmt die Bezeichnung des Internetlexikons Wikipedia auf und assoziiert ein offenes Wissensportal, behandelt allerdings nur spezifische Themen des Bibliotheks- und Dokumentationswesens. Der fachspezifische Charakter dieses Themen-Wikis an „FIZWissen“ paßt nicht in das Zielgruppenmuster dieses Informationsdienstes, da dessen NutzerInnen als Nicht-Bibliothekare und –dokumentare durch diese stark fachbezogene Thematik voraussichtlich wenig angesprochen werden.

Die beschriebenen Bereiche mit Optimierungspotential, insbesondere die getroffene Photoauswahl und die damit teilweise einhergehende inhaltliche Gestaltung mindern den angestrebten professionellen Anspruch, den „FIZWissen“ beim Kunden erreichen möchte und lassen häufig den Eindruck einer formalen und inhaltlichen Beliebigkeit zu.

5.7 Fazit

Gestaltung und sprachlicher Ausdruck der Printmaterialien und der digitalen Präsentationen im IntranetBw sind nicht immer zielgruppenadäquat. Als akzeptabel können m.E. der Flyer, die Ausstellungswand und das Editorial des Heftes „Landstreitkräfte“ der „Bw-Fachinformation“ angesehen werden, denn sie sind von der Aufmachung her stark visuell orientiert und enthalten wenig, gut verständlichen und praktisch formulierten Text. Der Einsatz von Photos ist zwar prinzipiell zu begrüßen, bei der Auswahl sollte jedoch darauf geachtet werden, daß die Motive zielgruppenadäquat sind.⁶⁷ Die Nutzung von Photos der MitarbeiterInnen (Editorials der „Bw-Fachinformation“, Ausstellungswand, „Wissensportal“) reduzieren die Distanz und haben damit einen eher positiven Effekt. Die Vorstellung der relevanten Kontaktpersonen erhöht die Glaubwürdigkeit, dient dazu, die Gefühle über die Organisation nach außen zu tragen und erfüllt dadurch wichtige Botschafter-Funktionen.⁶⁸ Gerade im Sektor Dienstleistungen, in dem das FIZBw tätig ist, dürften das Funktionieren von Prozessen sowie die Begegnung mit Menschen, die kompetent und vertrauenswürdig wirken, in ganz besonderer Weise dazu beitragen, Sympathie für diese Einrichtung auszulösen.⁶⁹ Die Tatsache, daß die besprochenen Personenphotos wie Amateuraufnahmen wirken, schadet der Ausstrahlung nicht, im Gegenteil, dadurch wird die Authentizität erhöht und die Uniformität relativiert. Die Nähe zum Kunden kann sich auf diese Weise positiv darstellen.⁷⁰

⁶⁷Photos sind im Organisationsdesign mehr als nur Deko-Elemente, sie unterstützen Botschaften, wecken Emotionen und sind Werkzeuge der Differenzierung von Mitbewerbern, der Wiedererkennung und Orientierung für RezipientInnen. Georgi, S. 53. Photos wirken schneller und direkter, als es geschriebene Sprache oder abstrakte Symbole vermögen. Das ist darin begründet, daß sie wie Farben besonders intensiv Aufmerksamkeit auslösen und vorrangig die Gefühlsebene ansprechen. Darüber hinaus sind Photos in der Lage, Informationen nachhaltig im Gedächtnis zu verankern. Sie können mit geringem kognitivem Widerstand verarbeitet werden. Daher eignen sie sich besonders dazu, wenig involvierte Empfänger zu erreichen und zu einer Informationsaufnahme zu bewegen. Gerade mit der richtigen Bildsprache kann die Zielgruppe daher wirksam angesprochen und emotionalisiert werden. Link, S. 26. Die Vorherrschaft der Bildkommunikation verdeutlicht eine Studie aus dem Jahre 1999: 90 Prozent aller Zeitungsnutzer betrachten die Bilder, aber nur höchstens 50 Prozent lesen den Text zu Ende. Kinsberger, S. 24. Eine Emotionalisierung kann z.B. durch lachende oder freundlich blickende Personen erreicht werden, was zu positiven inneren Bildern bei den Bezugsgruppen führen kann. Die Integration von Bilderwelten in den visuellen Auftritt kann somit Stabilität, Orientierung und Vertrauen vermitteln.

⁶⁸Kinsberger, S. 30

⁶⁹Wiedmann, S. 349

⁷⁰Pütz, Uwe: Die Botschaft sind wir: wenn Inhaber und Mitarbeiter ihr Unternehmen nach außen darstellen, brechen sie mit den Gewohnheiten bekannter Werbeästhetik ; doch das Amateurhafte ist Programm ; mit Nähe und Glaubwürdigkeit möchte man die Kunden auf Augenhöhe gewinnen. – In: mobil. - 7 (2010), S. 53f.

6 Wie präsentiert sich der Auftritt des FIZBw im IntranetBw unter dem Gesichtspunkt der Web-Usability?

Bibliotheken wie das FIZBw stehen heutzutage vor der Herausforderung, eine Website zu präsentieren, die eine große Menge an Informationen bereit hält in einer einfach zu benutzenden Weise. Die Informationsbedürfnisse der NutzerInnen sind vielschichtig und dynamisch. Gutes Webdesign befriedigt diese Bedürfnisse durch Simplizität und Konsistenz im Hinblick auf Inhalt und Präsentation. Die Materialien sollten in einer Art und Weise organisiert werden, die den NutzerInnen vertraut ist. Eine einfach zu benutzende Website verwendet Sprache, die sowohl von dem fortgeschrittenen Nutzer als auch dem Novizen verstanden werden kann.⁷¹

6.1 Die Relevanz von Web-Usability in Kombination mit Organisationsdesign

Usability ist ein entscheidender Wettbewerbsfaktor und im Hinblick auf die Nutzungsentscheidung für oder gegen eine Website von großer Bedeutung.⁷² Der Begriff „Web-Usability“ steht für „Bedienbarkeit“, „Benutzbarkeit“ oder „Gebrauchstauglichkeit“ im Sinne von intuitiver Orientierung und schneller Informationsaufnahme.⁷³ Das bedeutet, daß die Website nicht nur nutzbar, sondern auch effektiv und erlernbar sein sowie eine hohe Nutzerbefriedigung ermöglichen sollte („usefulness, effectiveness, learnability, user satisfaction“).⁷⁴ Leitfragen sind in diesem Zusammenhang: Wo bin ich? Was kann ich hier tun? Was bringt mir das? Wohin kann ich gehen? Wo war ich schon? Was kann ich anklicken? Web-Usability zielt auf Zufriedenheit beim Nutzer als emotionales Nutzungserlebnis, das gewährleistet, daß er die Seite erneut besuchen wird. Demnach ist eine „gute“ Website eine, die intuitiv und relativ leicht bedienbar ist, während sich eine „schlechte“ Website einer intuitiven Bedienbarkeit verschließt.⁷⁵ Die Homepage als „Eröffnungsseite“ ist in der Regel der erste Anlaufpunkt für NutzerInnen, um sich zu informieren und sich ein Bild von der Informationseinrichtung zu machen: „Establish credibility and trust. For some visitors, the Home page will be the only chance your site gets to create a good impression.“⁷⁶

⁷¹Norlin, Elaina: Usability testing for library web sites: a hands-on guide / Elaina Norlin ; CM! Winters. – Chicago [u.a.]: American Library Association, 2002, S. 12f.

⁷²Corporate Identity und Corporate Design, S. 173

⁷³Die International Standards Organization liefert eine operationale Definition des Begriffs: Usability gewährleistet die „effectiveness, efficiency, and satisfaction with which a specified set of users can achieve a specified set of tasks in a particular environment.“ Norlin, S. 1f.

⁷⁴Norlin, S. 5

⁷⁵Norlin, S. 3

⁷⁶Krug, Steve: Don't make me think!: a common sense approach to web usability. – 2. ed. – Berkeley, Calif.: New Riders Publishing, 2006, S. 97

Die Grundlage für die Gestaltung einer Webpräsenz basiert zwar auf den bekannten Konstanten des Organisationsdesigns - die Regeln von guter Gestaltung für Form, Farbe und Schrift, Strukturiertheit und Transparenz folgen den gleichen Wahrnehmungsmustern bei RezipientInnen wie im Printdesign, sie fordert aber zusätzlich eine multimediale Integration von Text, Sprache, Bild und Interaktivität sowie eine emotionale Erlebniswelt, die den Fernsehgewohnheiten nahe kommt.⁷⁷ Die klassischen Erscheinungsbilder zielen auf ein logisches Ordnungssystem aus Farben, Formen und Informationen. Im Web wird diese Stringenz aber aufgelöst, Präsentation wird mindestens genauso wichtig wie Information. Das hauseigene Design und die Benutzerfreundlichkeit bzw. eine zielgruppengerechte Kombination aus Attraktivität und Funktionalität stehen im Vordergrund jeder Webseitenpräsenz.

6.2 Formale Vorgaben an den Auftritt im IntranetBw

Die Web-Auftritte von Bundeswehrdienststellen unterliegen den Vorgaben des „Online-Styleguide der Bundeswehr“. Ziel ist ein einheitliches Bild nach außen und innen, wodurch Vertrauen, Sicherheit und Professionalität vermittelt werden sollen. Zusammen mit dem „Online-Styleguide“, der die formalen und gestalterischen Anforderungen festlegt, stellt der „Portal- und Inhaltsleitfaden für die Informationsarbeit in den Onlinemedien des BMVg und der Bundeswehr“ die Darstellung der Bundeswehr als Einheit in Form und Inhalt nach innen und außen im Sinne einer Corporate Identity sicher.⁷⁸

Das FIZBw ist also in der Gestaltung seines Auftritts im IntranetBw nicht völlig frei, sondern muß sich an zahlreiche Vorgaben halten. Inwieweit es das tut, soll hier nicht Gegenstand der Analyse sein. Vielmehr soll die allgemeine Wirkung und Usability seines Auftritts, so wie er derzeit ist, ausgelotet werden.

6.3 „Wissensportal“

Im „Wissensportal“ (vgl. Kapitel 2.6, 5.5) gibt es eine vertikale Navigation links und einen Content-Bereich rechts (Abbildung 5). Betrachten wir zunächst die Navigation, denn nach Krug ist eine klare, gut durchdachte Navigation eine der besten Gelegenheiten, die eine Website hat, um einen guten Eindruck zu machen.⁷⁹ Information sollte demnach in einem logischen Format präsentiert werden und Dinge, die logisch miteinander in Beziehung stehen,

⁷⁷Georgi, S. 52

⁷⁸Farben, Formen, Ikonographie, Bildgestaltung sowie Regeln für Navigation und Interaktion sollen dem Nutzer helfen, sich im Verbund der Bundeswehr-Seiten zurechtzufinden und die Seiten als offizielle Information wahrzunehmen. Auf diese Weise soll die siteübergreifende Anwendung der Regeln dazu beitragen, das Vertrauen des Nutzers in die Interaktion zu fördern und den Umgang mit der Site intuitiver und erlernbar zu machen. Vgl. Bundeswehr Online-Styleguide. <http://www.styleguide.bundeswehr.de/v3/styleguide/grundlegendes/ziele.html> [Zugriff am 11.06.2010] ; Portal- und Inhaltsleitfaden für die Informationsarbeit in den Onlinemedien des BMVg und der Bundeswehr. – Berlin: Bundesministerium der Verteidigung, 2007

⁷⁹Krug, S. 60

sollten auch visuell miteinander verbunden sein. Die Abfolge der Schaltflächen der Navigation und die dahinter stehende Organisation der Inhalte im „Wissensportal“ könnten vor diesem Hintergrund vorteilhafter sein. Ungünstig ist z.B. die Duplizität des Sachverhaltes „Vorschriften“, indem eine Schaltfläche zu „Vorschriften online“ führt, eine Zweite zu „Vorschriften aktuell“ und eine Dritte ganz unten erneut zu „Vorschriften online“, was redundant und verwirrend ist. Hier wäre es wesentlich besser, nur eine Schaltfläche „(Dienst-)Vorschriften“ zu machen und darunter, falls nötig, zu differenzieren. Es ist auch fraglich, ob an oberster Stelle der Navigation der Sachverhalt „Verbundkatalog“ und darunter das Dienstvorschriftenportal „Vorschriften online“ stehen sollten, denn beides sind Angebote, bei denen der Nutzer selbst recherchieren muß. Ganz nach oben sollten stattdessen die wichtigsten Dienstleistungen des FIZBw gestellt werden, also „Recherchedienst“, „Dok.-Bereitstellung“, „Info Hefte“ und „Neuerwerbungen“, was dem Besucher eine intuitive Orientierung ermöglichen würde. Darunter könnte der Sachverhalt „Verbundkatalog“ folgen, anschließend der neu zu schaffende Button „(Dienst-)Vorschriften“ mit den Inhalten „Vorschriften online“ und „Vorschriften aktuell“. Am Schluß könnten wie bereits jetzt schon die Sachverhalte „Weitere Fachinfo“ und „Nützliche Links“ stehen sowie als Letztes „Wir über uns“. Den räumlich abgesetzten Button „FIZWissen“ sollte man mit einer kurzen Erklärung versehen, so daß der Leser nicht erst rätseln muß, was sich dahinter verbirgt und motiviert wird, die Schaltfläche anzuklicken. Ein FAQ, an prominenter Stelle der Navigation platziert, würde die Seite zudem positiv ergänzen.⁸⁰

Die Anbindung der einzelnen Seiten an die Begriffe der Navigation ist teilweise irreführend. So findet man unter „Verbundkatalog“ auch den Komplex „Fachgebiete“, wo die im FIZBw gepflegten Fachgebiete mit den jeweils dafür zuständigen FachdezernentInnen und ihre telefonische Erreichbarkeit aufgeführt sind. Besser wäre es, die Fachgebiete und die Kontaktangaben unter die Navigation von „Wir über uns“ zu setzen. Die Schaltfläche „Fachgebiete“ mit entsprechendem Inhalt erscheint erneut unter „Recherchedienst“, was ebenfalls ungünstig ist, da die gesammelten und betreuten Fachgebiete nicht unmittelbar etwas mit dem Recherchedienst zu tun haben.

Durch die vorgeschlagene Umstellung, Straffung und Ergänzung wäre die Navigation stringenter und damit kundenorientierter. Damit sollte naturgemäß auch die in Kapitel 5.5 vorgeschlagene Änderung der bibliothekarischen Benennungen (zumindest in der Navigation und den Überschriften der Texte) in eine nutzerorientierte Sprache einhergehen.

⁸⁰Die FAQ sollten regelmäßig up-to-date gehalten werden. Die Dokumentenbereitstellung und die Informationsvermittlung könnten leicht eine Liste mit Fragen liefern. Vgl. Georgy, Abschnitt 7.6.10, S. 1

Empfehlenswert wäre es m.E. auch, die Inhalte der Seite nach Sub-Zielgruppen zu gruppieren (z.B. „Für Studierende“ oder „Für Lernende“, „Für Lehrende“).

Schade ist, daß der Content-Bereich des Eingangsbildschirms des „Wissensportals“ in der Regel nur dazu genutzt wird, um auf neue Sonderhefte der „Bw-Fachinformation“ hinzuweisen, indem rechts das Cover des jeweiligen Heftes abgebildet wird und links daneben ein kurzer erläuternder Text dazu erscheint (Abbildung 5). Zudem wird dieser Bereich nur selten aktualisiert. Einstiegsseiten sollen den themenorientierten Zugang in den jeweiligen Bereich ermöglichen. Sie unterliegen besonderen Anforderungen an Aktualität und Attraktivität der angebotenen Inhalte.⁸¹ Der Kunde erwartet heutzutage regelmäßige, auch kurzfristige Aktualisierungen⁸², was dazu beiträgt, daß eine Webpräsenz zum Wiederkommen einlädt und Identifikationspotentiale schafft.⁸³ Das ist hier nicht gegeben. Der Eingangsbildschirm sollte für wichtigere Inhalte genutzt werden, z.B. Öffnungszeiten, Telefonnummern⁸⁴ und sollte zudem für alle NutzerInnen attraktiv sein, unabhängig von der jeweiligen Interessenlage.⁸⁵ Der Hauptnutzen der Seite muß umgehend, d.h. auf den ersten Blick vermittelt werden (Warum sollte ich hier sein – und nicht irgendwo anders? Was ist das? Was haben die hier? Was kann ich hier tun?).⁸⁶ Zielführend wäre in diesem Zusammenhang ein sogenannter „welcome blurb“, also eine kurze Beschreibung der Website, die auf der Eingangsseite ohne Scrollen direkt sichtbar sein sollte.⁸⁷ Denkbar wäre hier etwas wie: „Willkommen im Fachinformationszentrum der Bundeswehr (FIZBw). Unsere ExpertInnen liefern Ihnen die Informationen, die Sie brauchen. Sie finden bei uns Tausende von Aufsätzen, Büchern und anderen Medien für Ihre dienstliche Aufgabenerfüllung und Ihre persönliche Weiterbildung. Schreiben Sie uns [E-Mail] oder rufen Sie uns an [Telefonnummer]. Unsere Öffnungszeiten sind Montag bis Freitag von [...]“.

Verstärkt würde die Orientierung gebende Wirkung des „welcome blurb“ noch durch den Einsatz einer „tagline“, also einer griffigen Phrase, die im Kopf der Seite die gesamte Einrichtung charakterisiert, indem sie resümiert, was sie zu etwas Besonderem macht.⁸⁸ Als „tagline“ wäre z.B. der Slogan „FIZBw, wenn Sie mehr wissen wollen...“ gut geeignet oder auch das Angebot „Wir helfen Ihnen, die Informationen zu finden, die Sie brauchen.“.

⁸¹Portal- und Inhaltsleitfaden für die Informationsarbeit in den Onlinemedien des BMVg und der Bundeswehr, S. 13

⁸²Georgy, Abschnitt 7.6.6, S. 3

⁸³Kinsberger, S. 62

⁸⁴Vgl. Norlin, S. 15

⁸⁵Krug, S. 97

⁸⁶Krug, S. 99

⁸⁷Vgl. Krug, S. 101

⁸⁸Krug, S. 103

Derzeit wird im „Wissensportal“ noch der „Verbundkatalog“ bereitgestellt. Dabei handelt es sich um den Online-OPAC der FachInfoUstgBw (Abbildung 31, vgl. Kapitel 2.6). Dieser Katalog wird technisch nicht mehr weiterentwickelt, da er mittelfristig durch den neuen WWW-OPAC abgelöst werden soll (vgl. Kapitel 6.4). Die NutzerInnen werden bei dem alten OPAC noch mit einer ziemlich verwirrenden, unübersichtlichen, „bibliothekarisch inspirierten“ Suchmaske konfrontiert, die weder den zeitgemäßen Suchgewohnheiten noch der aktuellen Suchmaschinenteknologie entspricht.

Insgesamt entspricht die Gestaltung des Auftritts im „Wissensportal“ nicht den modernen Ansprüchen an eine intuitive „Usability“ und kommt den Bedürfnissen der NutzerInnen wenig entgegen.

6.4 „FIZWissen“

Die Organisation der Seite von „FIZWissen“ (vgl. Kapitel 2.6, 5.6) entspricht in etwa den Vorgaben des „Online-Styleguide der Bundeswehr“ (vgl. Kapitel 6.2). Es gibt demgemäß eine vertikale Navigation links und eine horizontale Navigation oben, die sich inhaltlich ergänzen sowie einen Content-Bereich in der Mitte des Bildschirms und einen Marginalbereich rechts (Abbildung 6).

Die Abfolge der Schaltflächen ist allerdings verbesserungswürdig. Der derzeit ganz oben stehende Button „Wir über uns“ sollte in der vertikalen Navigation links ganz nach unten verschoben werden, da die Selbstbeschreibung des Informationsdienstes nicht im Vordergrund stehen sollte, sondern das Dienstleistungsangebot von „FIZWissen“, welches für NutzerInnen von hauptsächlichem Interesse ist. Die Benennungen der einzelnen Dienste sollten im Interesse von mehr Transparenz modifiziert werden (vgl. Kapitel 5.6). Ein FAQ, an prominenter Stelle der Navigation platziert, könnte die Seite zudem positiv ergänzen.⁸⁹ Wenn sich die NutzerInnen aber einmal auf die bisherige intransparente Navigation von „FIZWissen“ (vgl. Kapitel 5.6) eingelassen haben, sind die Informationen der Seiten nicht mehr als die von der Usability allgemein geforderten zwei Klicks entfernt. Die Navigation, so wie sie derzeit ist, hat aber letztendlich den Nachteil, daß der Erstbesucher nicht auf Anhieb sagen kann, welche Information die Seite vorhält.

Der noch in der Testphase befindliche WWW-OPAC des FIZBw ist mit der Schaltfläche „Bibliothekskatalog“ in der horizontalen Navigation erreichbar und kann bereits benutzt werden (Abbildung 32). Im Gegensatz zum älteren Verbundkatalog im „Wissensportal“ des FIZBw (Abbildung 31, vgl. Kapitel 2.6, 6.3) präsentiert er sich in der einfachen Suche mit der zeitgemäßen Ein-Schlitz-Maske. Eine erweiterte Suche steht ebenfalls zur Verfügung (Abbildung

⁸⁹Die FAQ sollten regelmäßig up-to-date gehalten werden. Die Redaktion von FIZWissen könnte sicher leicht eine Liste mit Fragen liefern. Vgl. Georgy, Abschnitt 7.6.10, S. 1

33). Die großen, deutlichen Bedienerschaltflächen tragen zur Benutzerfreundlichkeit bei. Nach der Testphase sollen die LeserInnen hier ihre Merk- und Bestellisten sowie ihre Benutzerkonten selbständig verwalten können, was für das FIZBw ein großer Schritt in Richtung einer etwas zeitgemäßerer Nutzerbetreuung sein dürfte.

6.5 Fazit

Die Usability-Probleme bei den digitalen Präsentationen im IntranetBw des FIZBw liegen vor allem in folgenden Bereichen:

- verwirrende Navigation (Benennungen, Abfolge der Schaltflächen),
- fehlende intuitive Bedienbarkeit,
- mangelnde Transparenz der präsentierten Inhalte,
- teilweise mangelnde Aktualität der Inhalte,
- ungünstige Distanz zum Nutzer.

Im Einklang damit sollte der Hauptnutzen der Web-Auftritte umgehend, d.h. auf den ersten Blick vermittelt werden, was hier nicht der Fall ist.

Die digitalen Präsentationen des FIZBw im IntranetBw werden in der Zukunft nur dann den gewünschten Erfolg haben, wenn sie konsequent auf die Bedürfnisse potentieller NutzerInnen ausgerichtet sind. Intuitive Bedienbarkeit, hohe Aufgabenangemessenheit sowie eine positive emotionale Ansprache stellen zentrale Akzeptanzfaktoren dar. Die Google-Generation ist ganz andere Recherchemöglichkeiten gewohnt als die, die noch vor 10 bis 20 Jahren üblich waren. Diesem Umstand sollte das FIZBw bei der Weiterentwicklung seiner digitalen Auftritte Rechnung tragen, insbesondere im Hinblick auf die Navigation, sowie bei der weiteren Gestaltung seines WWW-OPACs, der z.B. die Möglichkeit zum „Faceted Browsing“ erhalten sollte.⁹⁰

Die Auftritte des FIZBw im IntranetBw sollten auf jeden Fall von unvoreingenommenen NutzerInnen in regelmäßigen zeitlichen Abständen auf ihre Usability hin getestet werden. Methodisch kämen für einen solchen Test das „thinking-aloud protocol“ und das „question-asking protocol“ in Betracht.⁹¹ Im Rahmen dieses Usability-Tests könnte auch herausgefunden werden, ob die NutzerInnen des „Wissensportals“ und von „FIZWissen“ binnen zehn Sekunden

⁹⁰ „Faceted Browsing“ oder auch die facettierte Navigation ist eine Form des Browsens, die zunehmend in kommerziellen und wissenschaftlichen Informationsportalen Einzug hält. Sinn des „Faceted Browsing“ ist es, durch die Auswahl verschiedener Facetten ein unübersichtliches Angebot sukzessive auf das gewünschte Ziel einzuschränken. Mit Facetten sind hierbei einzelne, maßgebliche Eigenschaften der gesuchten Ergebnisse gemeint.

⁹¹ Vgl. Norlin, S. 4

folgende Fragen beantworten können: „Wo bin ich?“ „Was kann ich hier tun?“ „Was bringt mir das?“ „Bleibe ich hier oder kriege ich das woanders schneller und leichter?“⁹²

⁹²Umlauf, Konrad: Website. – In: Erfolgreiches Management von Bibliotheken und Informationseinrichtungen: Fachratgeber für die Bibliotheksleitung und Bibliothekare / Hrsg.: Hans-Christoph Hobohm, Konrad Umlauf. – Losebl.-Ausg. – Hamburg: Dashöfer, 2002ff. – Abschnitt 7.5.2, S. 1ff.

7 Ergebnisse und Empfehlungen, die dem FIZBw hinsichtlich der Gestaltung seines visuellen Auftritts gegeben werden können

Die Untersuchung hat ergeben, daß der visuelle Auftritt des FIZBw in Printmaterialien und in digitalen Präsentationen deutliche Schwächen aufweist. Diese liegen vor allem im inkonsequenten Einsatz der Basiselemente des Organisationsdesigns, in der oft mangelnden Zielgruppenadäquatheit von Gestaltung und sprachlichem Ausdruck sowie in den angesprochenen Defiziten im Bereich der Web-Usability.

Bislang setzte das FIZBw bei der Visualisierung ausschließlich auf eigene Kompetenz, wobei in unterschiedlichen Dezernaten einzelne Bausteine des visuellen Auftritts entwickelt wurden. Der von dem derzeitigen Auftritt ausgehende Eindruck von Beliebigkeit und damit Unprofessionalität legt die Vermutung nahe, daß bei der Zusammenfügung dieser Bausteine nicht nur das technische Know-how zum Organisationsdesign verbessert werden kann, sondern vor allem auch die notwendige, umfassende und klare Sinngebung im Hinblick auf die vielfältigen Aktivitäten des FIZBw noch fehlt. Der vorliegende Auftritt des FIZBw ist weder klar und stimmig, noch prägnant und stark genug, um im Kontext eines extrem verschärften Informationswettbewerbs Aufmerksamkeit zu erlangen, im Gedächtnis der relevanten Zielgruppen zu bleiben und dort positive Emotionen und Kognitionen dauerhaft zu verankern. Die hier unerläßliche Sinngebung muß einen ganzheitlichen Entwicklungsprozeß des FIZBw über den jetzigen visuellen Auftritt hinaus einschließen. Das FIZBw findet sich in der „Tradition“ vieler Bibliotheken, die ihre Aktivitäten selten an einer strategischen Leitlinie orientieren.⁹³ Die Einzelaktivitäten sind nicht in eine strategische Leitlinie (Fehlen eines Leitbildes) eingebunden und es besteht somit eine mangelnde Koordination, auch und besonders im Hinblick auf den visuellen Auftritt.⁹⁴ Erstklassiges Organisationsdesign läßt sich zudem nicht durch gelegentliche Anstrengungen erreichen und erhalten und ist auch selten durch engagierte Autodidakten realisierbar, wie es in den letzten Jahren vom FIZBw praktiziert wurde, sondern erfordert beständig und vor allem bewußt gesteuerte Verbesserungen. Zum Entwicklungspro-

⁹³Umlauf, Konrad: Werbung, Öffentlichkeitsarbeit, Kulturmanagement. – In: Erfolgreiches Management von Bibliotheken und Informationseinrichtungen: Fachratgeber für die Bibliotheksleitung und Bibliothekare / Hrsg.: Hans-Christoph Hobohm, Konrad Umlauf. – Losebl.-Ausg. – Hamburg: Dashöfer, 2022ff. – Abschnitt 7.1, S. 1

⁹⁴Es fehlt mit dem Leitbild eine bedeutende Einflußgröße innerhalb der Organisationsphilosophie, auch Corporate Philosophy oder Corporate Mission genannt. Alle Organisationsgrundsätze/-leitlinien beruhen auf dem Begriff des Leitbildes. Dieses entspricht einer Art Grundgesetz für eine Organisation und soll ihr Selbstverständnis ausdrücken. Es soll der Tätigkeit der Organisationsmitglieder Sinn geben und sie verständlich machen, wobei der Prozeß der Leitbildgenese noch wichtiger ist als das fertige Produkt. Vgl. dazu auch Bibliotheken und Informationsgesellschaft in Deutschland, S. 267f. Nach Birkigt/Stadler/Funck ist die Voraussetzung für Corporate Identity zunächst, „daß ein Unternehmen sich selbst versteht – und zwar in seinem (mikroökonomischen) Bestand, seinen Zielen, seinen Zwecken, in seiner makroökonomischen Funktion und in seiner sozialen Rolle.“ Birkigt, Klaus: Corporate Identity: Grundlagen, Funktionen, Fallbeispiele / Klaus Birkigt ; Marinus M. Stadler ; Hans J. Funck. – 11., überarb. und aktualisierte Aufl. - Landsberg/Lech: Redline Wirtschaft, 2002, S. 19

zeß eines Organisationsdesigns gehört unbedingt ein bewußtes Vollziehen der Schritte Identitätsfindung, Analyse der internen Abläufe sowie Analyse des Marktes und der Organisationsstrategie. Ausgangspunkt eines erfolversprechenden Organisationsdesign-Managements sollte im Vorfeld die Formulierung klarer Zielvorstellungen sein, wie das FIZBw gesehen werden möchte und welche Charaktereigenschaften, Fähigkeiten und Potenziale ihm in welchem Maße zugeschrieben werden sollen. Ziel sollte es in jedem Falle sein, daß das FIZBw ein Soll-Image erstellt, wie es sich aus einem guten Leitbild ergibt und daß daraufhin das Ist-Image diesem Soll-Image angepaßt wird. Die Organisationsstrategie, deren vorgeordnete Konzepte die Vision und das Leitbild sind, sollte dann den Orientierungsrahmen vorgeben, an dem sich alle Funktionen und Prozesse in der Organisation ausrichten müssen. Erfolgreich kann ein Organisationsdesign nur dann sein, wenn alle Maßnahmen, die eine Organisation in gestalterischer Hinsicht unternimmt, in einem erkennbaren und begründeten Zusammenhang zur Organisationsidentität stehen. Der Wille zum Organisationsdesign muß dabei von der Leitung der Organisation ausgehen, die Umsetzung direkt von ihr begleitet und gesteuert werden. Diese elementaren Forderungen sind im FIZBw bislang nicht erfüllt, denn die einzelnen Dezernate, die sich jeweils auf dem Feld Organisationsdesign betätigen, verfolgen zum Teil ausgeprägte Individualinteressen, die sich in einem kontraproduktiven Agieren in Einzellösungen manifestieren.

Es wird dem FIZBw empfohlen, mittelfristig ein nachhaltiges Re-Design seines visuellen Auftritts in Angriff zu nehmen. Dabei wird ein strategisches und vor allem organisches Vorgehen unter Einschluß der Erarbeitung eines eigenen Leitbildes („bottom-up“) angeraten, das anschlußfähig an das bestehende Leitbild der Trägerinstitution SKA ist. Die Erarbeitung sollte von einer kurzfristig einzurichtenden Arbeitsgruppe „Leitbildentwicklung“, ggf. mit externer Unterstützung erfolgen. In diesem Zusammenhang wird angeregt, Leitsätze zu formulieren, in denen Kernpunkte zum Erscheinungsbild, zur Haltung und zum Selbstverständnis fixiert sind. Ziel sollte es sein, eine Deckungsgleichheit zwischen den inhaltlichen Standpunkten und dem äußeren Erscheinungsbild zu erreichen.

Vom fertigen Leitbild ausgehend sollten nach der Erarbeitung eines konzeptionellen Ansatzes Bausteine eines ganzheitlichen visuellen Auftritts entwickelt werden, die Printmaterialien und digitale Präsentationen harmonisieren und so letztlich ein Organisationsdesign schaffen. Das hierfür notwendige Redaktionsteam „Visueller Auftritt“ muß sich, falls erforderlich, externer Kompetenz versichern können. Die Aufsicht über den visuellen Auftritt sollte bei dem Leiter des FIZBw angesiedelt sein, der die Erarbeitung und Einhaltung von Organisationsidentität und Organisationsdesign verantwortet und nicht bei verschiedenen einzelnen MitarbeiterInnen der Informationseinrichtung.

Im Rahmen dieser Entwicklungsarbeit wären auch die übergeordneten Ziele der Kommunikationspolitik des FIZBw zu definieren. Folgende Leitfragen könnten dabei eine Orientierung bieten:

- Liegt die Entscheidung über Organisationsdesign-Aktivitäten im Top Management?
- Ist ein Bezug der Organisationsdesign-Bereiche zur Organisationsidentität und Organisationsstrategie gewährleistet?
- Entspricht das Organisationsdesign insgesamt dem Charakter der Einrichtung?
- Konnte ein einheitliches Erscheinungsbild der Organisation in allen wesentlichen Organisationsdesign-Bereichen ermöglicht werden?
- Haben Printmaterialien und digitale Präsentationen einen gestalterischen Zusammenhalt?
- Wurde ein markantes und sich abhebendes (Besonderheit, Unverwechselbarkeit) Erscheinungsbild erschaffen, welches sich konsistent und in hohem Maß durch Kontinuität (Stimmigkeit, Homogenität) auszeichnet, zugleich Zukunftspotentiale (Beständigkeit) erkennen läßt und sich darin die Organisationspersönlichkeit widerspiegelt?
- Kann man erwarten, daß das Organisationsdesign etliche Jahre verwendet werden kann und nicht kurzfristigen Designtrends unterliegt?

Im Rahmen des empfohlenen Re-Designs wäre es auch zielführend, ein Corporate-Design-Manual zu erstellen, das als Regelwerk eines Organisationsdesign-Konzeptes jegliche Gestaltungsrichtlinien enthält und beschreibt.⁹⁵ Das Manual sollte die Planung, Koordination und Kontrolle aller organisationsbezogenen Designaktivitäten sowie die auf die Organisation ausgerichteten Designstrategien und –maßnahmen dokumentieren. Auf der Grundlage dieses Handbuchs wäre die nachhaltige Fortführung und Weiterentwicklung eines einmal festgelegten Organisationsdesigns gewährleistet.⁹⁶ In längeren Zeitabständen sollte zudem eine systematische Überprüfung im Sinne der Organisationsbildrevision vorgenommen werden.

Es wird weiterhin empfohlen, daß das FIZBw seine beiden beschriebenen und analysierten Auftritte im IntranetBw jeweils einem Usability-Test durch externe und bibliothekarisch nicht vorgebildete Testpersonen unterzieht. Getestet werden sollte möglichst unter Einbezug von „eye-tracking“ und „speaking aloud“.⁹⁷ Ein solcher Test ist u.a. dafür zweckdienlich, um Ambiguität zu eliminieren und eine gebräuchliche Terminologie und Sprache zu entwickeln, die alle NutzerInnen der Websites verstehen können. Gerade in diesen Bereichen weisen die Auftritte des FIZBw deutliche Schwächen auf. Der Usability-Test, der keine fakultative Opti-

⁹⁵Vgl. Kinsberger, S. 23

⁹⁶Stankowski, S. 203

⁹⁷Krug, S.131

on, sondern eine Notwendigkeit darstellt, sollte regelmäßig durchgeführt werden und zwar etwa alle sechs Monate. Nützlich wäre es auch, eine Feedback-Funktion auf der Website zu installieren, die NutzerInnen eine Möglichkeit gibt, eigene Vorschläge einzubringen.⁹⁸

Die oben empfohlenen Maßnahmen sollten mittelfristig umgesetzt werden, zu Beginn sollte in jedem Fall die Erarbeitung des Leitbildes stehen. Als Sofortprogramm zur umgehenden, zumindest graduellen Optimierung des visuellen Auftritts können folgende Vorschläge dienen:

- Einheitliche Farbgebung und Positionierung des Logos zur Verbesserung des Wiedererkennungswertes.
- Bevorzugung des Slogans „FIZBw, wenn Sie mehr wissen wollen...“ mit den Bundesfarben als Logo in den Printmaterialien und digitalen Präsentationen, die sich in erster Linie an die verbund-externen NutzerInnen wenden.
- Ersatz des bibliothekarisch inspirierten Logos („Buchstützen“) durch ein zeitgemäßes Logo, welches alle modernen einschlägigen Medien und Dienstleistungen repräsentiert.
- Vereinheitlichung der Typographie in den Printmaterialien und digitalen Präsentationen, hierbei käme z.B. die serifenlose Verdana in Frage, die derzeit bereits mehrheitlich eingesetzt wird und sowohl am Bildschirm als auch in Print gut gelesen werden kann.
- Harmonisierung der genutzten unterschiedlichen Blautöne.
- Umgestaltung der Cover der „Bw-Fachinformation“, wobei empfohlen wird, statt der großformatigen nationalen Symbole (Bundesadler, Eisernes Kreuz) den Slogan von „FIZWissen“ („FIZWissen wissen.schnell.finden“) in den Mittelpunkt zu stellen, da dieser auf ein Alleinstellungsmerkmal des FIZBw hinweist und derzeit aufgrund der optischen Überladenheit der Seite nicht richtig zur Geltung kommen kann.
- Die Photoauswahl und die eingebrachten Inhalte in „FIZWissen“ sollten im Hinblick auf ihre Zielgruppenadäquatheit und ihre Angemessenheit für einen militärischen Fachinformationsdienst konsequent überprüft werden.
- Mit dem Re-Design einhergehen sollte die umfassende Überarbeitung aller sich an die NutzerInnen wendenden Texte in einer zielgruppenadäquaten Sprache und unter konsequenter Eliminierung des bibliothekarischen Fachvokabulars. Insbesondere ist die Erarbeitung eines „Styleguide“ für die Erstellung der Editorials der „Bw-Fachinformation“ anzuraten, damit diese sprachlich und gestalterisch aufeinander abgestimmt werden.

⁹⁸Norlin, S. 17

Im Interesse eines adäquaten visuellen Auftritts sollte dieser vom FIZBw als integrierter Wertfaktor betrachtet und als ein wichtiger Träger des Organisationserfolgs erkannt werden. Das im Hinblick darauf notwendige Organisationsdesign-Management wird damit zum Kernelement in der operativen, strategischen und kommunikativ-visuellen Ausrichtung des FIZBw. Gerade in Zeiten massenmedialer Informationsflut, verstärkten Wettbewerbs und zunehmender Austauschbarkeit von Dienstleistungen und Produkten spielt die Organisationspersönlichkeit als ein wesentliches Element der Organisationsdifferenzierung eine tragende Rolle, die durch ein ambitioniertes Organisationsdesign maßgeblich unterstützt wird. Das FIZBw sollte folglich seine Organisationspersönlichkeit im Zuge einer umfassenden Selbstbesinnung (Leitbild) insgesamt neu reflektieren und sein strategisches PR-Management auf eine optimierte Basis stellen.⁹⁹ Eine kontinuierliche Evaluation und Revision des Erreichten sowie die allgemeine Bereitschaft zu Innovation sollten für das FIZBw gerade auch im Hinblick auf seinen visuellen Auftritt an vorderster Stelle stehen.¹⁰⁰

⁹⁹Strategisches PR-Management bedeutet, daß die Öffentlichkeitsarbeit systematisch und dauerhaft geplant und durchgeführt werden muß. Sie ist eine Managementaufgabe, die bei der Leitung des FIZBw angesiedelt sein sollte. Vgl. Götz, Martin: Strategisches PR-Management. – In: Erfolgreiches Management von Bibliotheken und Informationseinrichtungen: Fachratgeber für die Bibliotheksleitung und Bibliothekare / Hrsg.: Hans-Christoph Hobohm, Konrad Umlauf. – Losebl.-Ausg. – Hamburg: Dashöfer, 2002ff. – Abschnitt 7.1.7, S. 1. „Öffentlichkeitsarbeit ist das bewusste, geplante Bemühen, in der Öffentlichkeit Aufmerksamkeit, Verständnis und Vertrauen aufzubauen und zu pflegen, damit ein wirksames und dauerhaftes positives Bild der Bibliothek in der Öffentlichkeit entsteht.“ Öffentlichkeitsarbeit / Claudia Lux ; Hans Herbert Lembke ; Rainer Diederichs ; Ulla Wimmer. – In: Die moderne Bibliothek: ein Kompendium der Bibliotheksverwaltung / Rudolf Frankenberger, Klaus Haller (Hrsg.). – München: Saur, 2004, S. 322

¹⁰⁰Vgl. Poll, Roswitha: Bibliotheksmanagement. – In: Die moderne Bibliothek: ein Kompendium der Bibliotheksverwaltung / Rudolf Frankenberger, Klaus Haller (Hrsg.). – München: Saur, 2004, S. 93

Literatur

Bibliotheken in der literarischen Darstellung = Libraries in literature / hrsg. von Peter Vodosek ... – Wiesbaden: Harrassowitz, 1999. – (Wolfenbütteler Schriften zur Geschichte des Buchwesens ; 33)

Bibliotheken und Informationsgesellschaft in Deutschland: eine Einführung / Engelbert Plassmann ; Hermann Rösch ; Jürgen Seefeldt ; Konrad Umlauf. – 2., gründlich überarb. und erw. Aufl. – Wiesbaden: Harrassowitz, 2011

Birkigt, Klaus: Corporate Identity: Grundlagen, Funktionen, Fallbeispiele / Klaus Birkigt ; Marinus M. Stadler ; Hans J. Funck. – 11., überarb. und aktualisierte Aufl. – Landsberg/Lech: Redline Wirtschaft, 2002

Blum, Alexander: Bestseller über Nacht: wer blickt da noch durch?: Millionen Texte, Berichte, Bücher werden im Fachinformationszentrum der Bundeswehr aufbewahrt und verwaltet ; Y. ließ sich das Labyrinth in Bonn-Beuel erklären. – In: Y.. - 5 (2009), S. 50-53

Bundeswehr Online-Styleguide. – <http://www.styleguide.bundeswehr.de/v3/styleguide/grundlegendes/ziele.html> [Zugriff am 11.06.2010]

Corporate Identity und Corporate Design: neues Kompendium / hrsg. von Matthias Beyrow – Ludwigsburg: Aveedition, 2007

Credo, Jan Daniel: Das Fachinformationszentrum der Bundeswehr: Entwicklung eines dienstleistungsorientierten Marketingkonzeptes unter besonderer Berücksichtigung der zentralen Aufgaben. – Potsdam, Fachhochschule, Diplomarbeit, 2007

Erfolgreiches Management von Bibliotheken und Informationseinrichtungen: Fachratgeber für die Bibliotheksleitung und Bibliothekare / Hrsg.: Hans-Christoph Hobohm, Konrad Umlauf. – Losebl.-Ausg. – Hamburg: Dashöfer, 2002ff.

Georgi, Annika: Corporate Design: Einsatz als Faktor der Unternehmensstrategie aus Sicht der visuellen Kommunikation. – Saarbrücken: VDM Verl., 2008

Georgy, Ursula: Online Marketing. – In: Erfolgreiches Management von Bibliotheken und Informationseinrichtungen: Fachratgeber für die Bibliotheksleitung und Bibliothekare / Hrsg.: Hans-Christoph Hobohm, Konrad Umlauf. – Losebl.-Ausg. – Hamburg: Dashöfer, 2002ff. – Abschnitt 7.6

Götz, Martin: Strategisches PR-Management. – In: Erfolgreiches Management von Bibliotheken und Informationseinrichtungen: Fachratgeber für die Bibliotheksleitung und Bibliothekare / Hrsg.: Hans-Christoph Hobohm, Konrad Umlauf. – Losebl.-Ausg. – Hamburg: Dashöfer, 2002ff. – Abschnitt 7.1.7

Gotters, Petra: Das Fachinformationszentrum der Bundeswehr: IT-gestütztes Wissensmanagement mit Erfolgsfaktor / Petra Gotters ; Peter Wengelowski. - In: Behörden-Spiegel: unabhängige Zeitung für den öffentlichen Dienst. - 21 (2005) 5, S. 45

Hürlimann, Thomas Thü: Firmendesign & Identität: Grundbegriffe der Corporate Identity verstehen in 40 Minuten. – Aachen: Shaker Media, 2008

Kinsberger, Eva: Corporate Design als essentieller Träger des unternehmerischen Erfolgs. – Wiesbaden, Fachhochschule, Diplomarbeit, 2008

Konzept Fachinformationsunterstützung der Bundeswehr: (Konz FachInfoUstgBw). – Bonn: Bundesministerium der Verteidigung, 2010

Konzeptionelle Grundvorstellungen Wissensmanagement Bundeswehr: (KGv WiMgmtBw). – Bonn: Bundesministerium der Verteidigung, 2010

Krug, Steve: Don't make me think!: a common sense approach to web usability. – 2. ed. – Berkeley, Calif.: New Riders Publishing, 2006

Kurz, Fritz-Rennig: „Es wuchs zusammen, was zusammengehört“: Erfolge und Probleme beim Aufbau des bibliothekarisch-dokumentarischen Verbundsystems für die Bundeswehr / von Fritz-Rennig Kurz und Anselm Sickmann. – In: Arbeitsgemeinschaft der Parlaments- und Behördenbibliotheken: Mitteilungen. - 89 (2001). – [66] S.

Landstreitkräfte. – Bonn: FIZBw, 2011. – (Bw-Fachinformation/Reihe 12 ; 02)

Leitbild: das Streitkräfteamt (SKA) – Kompetenz und Leistung. – Bonn: Streitkräfteamt, [o.J.]

Link, Marco: Realisierung einer Print- und Internetpräsentation: unter Berücksichtigung von Corporate Design, Usability und Marketing-Aspekten. – Offenburg, Hochschule, Bachelorarbeit, 2010

Die moderne Bibliothek: ein Kompendium der Bibliotheksverwaltung / Rudolf Frankenberger, Klaus Haller (Hrsg.). – München: Saur, 2004

Norlin, Elaina: Usability testing for library web sites: a hands-on guide / Elaina Norlin ; CM! Winters. – Chicago [u.a.]: American Library Association, 2002

Öffentlichkeitsarbeit / Claudia Lux ; Hans Herbert Lembke ; Rainer Diederichs ; Ulla Wimmer. – In: Die moderne Bibliothek: ein Kompendium der Bibliotheksverwaltung / Rudolf Frankenberger, Klaus Haller (Hrsg.). – München: Saur, 2004, S. 322-343

Poll, Roswitha: Bibliotheksmanagement. – In: Die moderne Bibliothek: ein Kompendium der Bibliotheksverwaltung / Rudolf Frankenberger, Klaus Haller (Hrsg.). – München: Saur, 2004, S. 93-116

Portal- und Inhaltsleitfaden für die Informationsarbeit in den Onlinemedien des BMVg und der Bundeswehr. – Berlin: Bundesministerium der Verteidigung, 2007

Pütz, Uwe: Die Botschaft sind wir: wenn Inhaber und Mitarbeiter ihr Unternehmen nach außen darstellen, brechen sie mit den Gewohnheiten bekannter Werbeästhetik ; doch das Amateurhafte ist Programm ; mit Nähe und Glaubwürdigkeit möchte man die Kunden auf Augenhöhe gewinnen. - In: mobil. - 7 (2010), S. 53f.

Sanitätsdienst, Gesundheitswesen. – Bonn: FIZBw, 2011. – (Bw-Fachinformation/Reihe 15 ; 03)

Schewick, Heinrich van: Die Fachaufsicht im Fachinformationswesen der Bundeswehr: Geschichte, Sachstand, Entwicklungsmöglichkeiten der Dienstaufsicht. – Berlin, Humboldt-Univ., Masterarbeit, 2005

Schneider, Hans-Heinrich: Marketing als Managementinstrument: Entwurf eines Marketing-Konzeptes für das Fachinformationswesen der Bundeswehr (FIWBw). – Potsdam, Fachhochschule, Hausarbeit, 1994

Schulte, Birgit A.: Kooperation versus Eigenprofil? – Kooperation stärkt Eigenprofil! Eigenprofil stärkt Kooperation!: erste Erfahrungen und neue Projekte verstärkter Zusammenarbeit im Umfeld des Bundeswehr-Informationswesens. – In: Kooperation versus Eigenprofil?: 25. bis 28. September 2007 in der Technischen Universität Berlin ; 31. Arbeits- und Fortbildungstagung der ASpB e.V., Sektion 5 im Deutschen Bibliotheksverband / hrsg. von Ursula Flitner ... – Karlsruhe 2008, S. 351-369

Seefeldt, Jürgen: Portale zu Vergangenheit und Zukunft: Bibliotheken in Deutschland / Jürgen Seefeldt und Ludger Syr . – 4., aktualisierte und überarb. Aufl. – Hildesheim [u.a.]: Olms, 2011

Seestreitkräfte, Marine Corps, Marineinfanterie. – Bonn: FIZBw, 2011. – (Bw-Fachinformation/Reihe 14 ; 01)

Shapiro, Carl: Information rules: a strategic guide to the network economy / Carl Shapiro and Hal R. Varian. – [Nachdr.]. – Boston, Mass.: Harvard Business School Press, [2008]

Sicherheitspolitik und Streitkräfte. – Bonn: FIZBw, 2011. – (Bw-Fachinformation/Reihe 11 ; 01)

Sickmann, Anselm: The Bundeswehr Scientific and Technical Information System and its historical background. – In: INSPEL. - 36 (2002) 2, S. 114-134

Sohst, Jörg: Rede anlässlich der Fachtagungen des FachInfoWesensBw am 17. Mai 2006 in Garlstedt. – Bonn: Streitkräfteamt, 2006

Stankowski, Anton: Das visuelle Erscheinungsbild der Corporate Identity. – In: Birkigt, Klaus: Corporate Identity: Grundlagen, Funktionen, Fallbeispiele / Klaus Birkigt ; Marinus M. Stadler ; Hans J. Funck. – 11., überarb. und aktualisierte Aufl. – Landsberg/Lech: Redline Wirtschaft, 2002, S.191-206

Streitkräfteamt: 1959-2009 / Konzeption & Redaktion Kai Hirschmann. – Stand: Juni 2009. – Bonn: Streitkräfteamt, 2009

Umlauf, Konrad: Die Gestaltung von Werbe- und Informationsmaterial. – In: Erfolgreiches Management von Bibliotheken und Informationseinrichtungen: Fachratgeber für die Bibliotheksleitung und Bibliothekare / Hrsg.: Hans-Christoph Hobohm, Konrad Umlauf. – Losebl.-Ausg. – Hamburg: Dashöfer, 2002ff. – Abschnitt 7.4

Umlauf, Konrad: Leitbild. – In: Erfolgreiches Management von Bibliotheken und Informationseinrichtungen: Fachratgeber für die Bibliotheksleitung und Bibliothekare / Hrsg.: Hans-Christoph Hobohm, Konrad Umlauf. – Losebl.-Ausg. – Hamburg: Dashöfer, 2002ff. – Abschnitt 3.2.6

Umlauf, Konrad: Organisationsdesign. – In: Erfolgreiches Management von Bibliotheken und Informationseinrichtungen: Fachratgeber für die Bibliotheksleitung und Bibliothekare / Hrsg.: Hans-Christoph Hobohm, Konrad Umlauf. – Losebl.-Ausg. – Hamburg: Dashöfer, 2002ff. – Abschnitt 3.2.4

Umlauf, Konrad: Organisationsimage. – In: Erfolgreiches Management von Bibliotheken und Informationseinrichtungen: Fachratgeber für die Bibliotheksleitung und Bibliothekare / Hrsg.: Hans-Christoph Hobohm, Konrad Umlauf. – Losebl.-Ausg. – Hamburg: Dashöfer, 2002ff. – Abschnitt 3.2.5

Umlauf, Konrad: Website. – In: Erfolgreiches Management von Bibliotheken und Informationseinrichtungen: Fachratgeber für die Bibliotheksleitung und Bibliothekare / Hrsg.: Hans-Christoph Hobohm, Konrad Umlauf. – Losebl.-Ausg. – Hamburg: Dashöfer, 2002ff. – Abschnitt 7.5.2

Umlauf, Konrad: Werbung, Öffentlichkeitsarbeit, Kulturmanagement. – In: Erfolgreiches Management von Bibliotheken und Informationseinrichtungen: Fachratgeber für die Bibliotheksleitung und Bibliothekare / Hrsg.: Hans-Christoph Hobohm, Konrad Umlauf. – Losebl.-Ausg. – Hamburg: Dashöfer, 2002ff. – Abschnitt 7.1

Waffen- und Munitionstechnik. – Bonn: FIZBw, 2011. – (Bw-Fachinformation/Reihe 21 ; 01)

Wiedmann, Klaus-Peter: Corporate Identity und Corporate Design. – In: Handbuch Kommunikation: Grundlagen, innovative Ansätze, praktische Umsetzungen / Manfred Bruhn ... (Hrsg.). – Wiesbaden: Gabler, 2009, S. 337-355

Wolfarth, Peter: Das Fachinformationswesen der Bundeswehr: (FIWBw). – Hamburg, Fachhochschule, Diplomarbeit, 1996

Internet- und IntranetBw-Adressen

Bundeswehr-Online-Styleguide

<http://www.styleguide.bundeswehr.de/v3/styleguide/grundlegendes/ziele.html>

Bundeswehrportal im Internet

www.bundeswehr.de

Bundeswehrportal im IntranetBw

www.bundeswehr.org

Startseite von „FIZWissen“ des FIZBw

[http://166.87.4.31:8080/aDISWeb/app?service=direct/0/Home/\\$DirectLink&sp=S166.87.4.31%3A4204](http://166.87.4.31:8080/aDISWeb/app?service=direct/0/Home/$DirectLink&sp=S166.87.4.31%3A4204)

„Wissensportal“ des FIZBw

<http://166.87.4.2:8080/portalW/>

Abkürzungen

BMVg	Bundesministerium der Verteidigung
Bw	Bundeswehr
DOKFIZBw	Dokumentations- und Fachinformationszentrum der Bundeswehr
DOKZENTBw	Dokumentationszentrum der Bundeswehr
FachInfoUstgBw	Fachinformationsunterstützung der Bundeswehr
FAQ	Frequently asked questions
FIWBw	Fachinformationswesen der Bundeswehr
FIZBw	Fachinformationszentrum der Bundeswehr
IntranetBw	Intranet der Bundeswehr
KGv WiMgmtBw	Konzeptionelle Grundvorstellungen Wissensmanagement Bundeswehr
Konz FachInfoUstgBw	Konzept Fachinformationsunterstützung der Bundeswehr
NATO	North Atlantic Treaty Organization
OPAC	Online Public Access Catalog
RTO	Research and Technology Organization
SKA	Streitkräfteamt
SKB	Streitkräftebasis

Abbildungen



Abbildung 1: Logo des FIZBw und der FachInfoUstgBw

Wissen per E-Mail

Der FIZBw-Newsletter macht Sie monatlich aufmerksam auf aktuelle Informationsprodukte des FIZBw und besonders gefragte Dokumente des vergangenen Monats.

(Abo über SKA3FIZBw@bundeswehr.org.)

Auch die Hefte unseres Informationsdienstes "Bw-Fachinformation" können Sie regelmäßig im E-Mail-Abonnement beziehen.

(Abo über FIZBwDoku@bundeswehr.org)

Wir über uns

Das FIZBw beschafft, erschließt und vermittelt Fachinformation, Fachliteratur und andere Fachmedien und stellt diese den Angehörigen der Bundeswehr und des BMVg zur Verfügung. Am Standort Euskirchen steuert es die Er- und Bearbeitung von Dienstvorschriften sowie deren Bewirtschaftung und Bereitstellung.

Darüber hinaus ist das FIZBw die zentrale Einrichtung des Fachinformationswesens der Bundeswehr (FIWBw), in dem die Fachinformationseinrichtungen (Spezialbibliotheken) der Bundeswehr zusammengefasst sind.



Ansprechstellen im FIZBw

Informationsvermittlung:

Telefon: 0 22 8 / 845 - 308 bzw. Bw-Fernwahl 3431 - 308
E-Mail: FIZBw-Info@bundeswehr.org (Lotus Notes)
bzw. FIZBwInfo@bundeswehr.org (Internet)
Telefax: 0 22 8 / 845 - 185 bzw. Bw-Fernwahl 3431 - 185

Dokumentenbereitstellung:

Telefon: 0 22 8 / 845 - 410 bzw. Bw-Fernwahl 3431 - 410
E-Mail: FIZBw-Doku@bundeswehr.org (Lotus Notes)
bzw. FIZBwDoku@bundeswehr.org (Internet)
Telefax: 0 22 8 / 845 - 495 bzw. Bw-Fernwahl 3431 - 495

FIZBw
wenn Sie mehr wissen wollen...

© FIZBw 08/2009

FIZBw
wenn Sie mehr wissen wollen...

Streitkräfteamt, Abteilung III
Fachinformationszentrum der Bundeswehr
Dezernat 1 - 4 • Gorch-Fock-Straße 5-7 • 53229 Bonn

Wir finden, was Sie suchen!

Suchen Sie Fachliteratur zu einem bestimmten Thema, oder brauchen Sie eine bestimmte Information, die Sie in unserem Angebot nicht auf Anhieb finden?

Wir recherchieren für Sie qualifiziert in unseren digitalen und gedruckten Informationsquellen, im Internet und in kommerziellen Datenbanken.

INFO-Anfragen bitte per E-Mail an:
FIZBwInfo@bundeswehr.org

Wir liefern, was Sie brauchen!

Wir weisen nicht nur Literatur nach, sondern liefern Ihnen auch die Volltexte der nachgewiesenen Dokumente. Nutzen Sie die elektronische Bestellmöglichkeit über:
FIZBwDoku@bundeswehr.org.

Dokumente aus unserem eigenen Bestand erhalten Sie in Papierform oder, soweit urheberrechtlich gestattet, digital per E-Mail. Nachgewiesene Bücher können Sie bei uns ausleihen. Und haben wir mal nicht das Buch, das Sie brauchen, beschaffen wir es aus einer anderen Fachinformationseinrichtung der Bundeswehr oder über den Deutschen Leihverkehr.

Unsere Homepage

Hier finden Sie alle wichtigen Informationen zum FIZBw und zu unseren Dienstleistungen. So stehen alle Reihen und Hefte unseres Informationsdienstes "Bw-Fachinformation" im PDF-Format für Sie bereit.

In der Rubrik "Neuerwerbungen" stellen wir Ihnen themenorientierte neue Bücher und andere aktuelle Monographien aus unserem Bestand vor.

Zudem haben Sie hier die Möglichkeit, dem FIZBw Fachliteratur zur Beschaffung vorzuschlagen.

Vorschriften-ONLINE

Wir stellen autorisiert die für die Bundeswehr gültigen Dienstvorschriften im PDF-Format bereit (VMBl 2004 S. 61), soweit sie uns vom Erlassgeber in digitaler Form zur Verfügung gestellt werden.

Neben Dienstvorschriften finden Sie hier unter anderem auch Besondere Anweisungen, das Erlassregister BMVg sowie NATO-Vorschriften und -Dokumente.

<http://dv-online.bundeswehr.org/>

Unser Angebot im Intr@net Bw

RECHERCHESERVICE

Suchen Sie alles, was Sie brauchen, mit der neuen Suchfunktion. Sie können die Suchergebnisse nach Relevanz, Datum oder Autor sortieren. Sie können auch nur deutsche Dokumente oder nur Dokumente aus dem Ausland anzeigen lassen.

WIKIWISSEN

Willkommen bei Vorschriften-ONLINE. In diesem Bereich werden wir Sie, unsere Kunden, mit den aktuellen Informationen aus Vorschriften-ONLINE versorgen.

RECHERCHEFRAGENSTELLEN

Wer können Sie eine Rechercheanfrage direkt an den zuständigen Mitarbeiter des FIZBw senden. Das Ergebnis Ihrer Anfrage bekommen Sie dann in Form einer E-Mail zugestellt.

RECHERCHERESULTAT

Die Suchergebnisse werden Ihnen in einer übersichtlichen Form dargestellt. Sie können die Suchergebnisse nach Relevanz, Datum oder Autor sortieren. Sie können auch nur deutsche Dokumente oder nur Dokumente aus dem Ausland anzeigen lassen.

FIZWISSEN

FIZWissen ist ein Intranetservice für alle, die verteidigungsrelevante Fachinformationen suchen. Er bietet ein umfassendes Informationsangebot zu tagesaktuellen Themen aus den Bereichen Sicherheitspolitik, Streitkräfte, Wehrtechnik und Verteidigungswirtschaft.

ONLINE-Katalog FIWBw

Über eine Million Literaturhinweise finden Sie in unserem ONLINE-Katalog, den Sie über unsere Homepage erreichen.

Er weist nicht nur die im FIZBw vorhandenen Dokumente nach, sondern auch die Bestände vieler anderer Bibliotheken der Bundeswehr.

Im ONLINE-Katalog können Sie benötigte Fachliteratur (z.B. Bücher, Fachaufsätze, Studien, Forschungsberichte) finden und diese auch online über das FIZBw in Bonn bestellen.

FIZWissen

FIZWissen ist ein Intranetservice für alle, die verteidigungsrelevante Fachinformationen suchen. Er bietet ein umfassendes Informationsangebot zu tagesaktuellen Themen aus den Bereichen Sicherheitspolitik, Streitkräfte, Wehrtechnik und Verteidigungswirtschaft.

Aus einer Vielzahl verschiedenster Datenbestände, wie Fachdatenbanken, Bibliothekskatalogen und Internetquellen, werden bibliographische Angaben zu ausgewählten Dokumenten zur Verfügung gestellt.

Ihre Adresse für mehr Wissen:
<http://fizbw.infosys.svc>

Abbildung 2a und 2b: Flyer



Abbildung 3:
Coverseite der „Bw-Fachinformation“

Fristzettel
(Bitte im Buch lassen)

Aus: _____ (Sigel)

Rückgabe bis zum:


☐ Verkürzte Leihfrist.
Bemerkung: _____

☐ eine Verlängerung der
Leihfrist ist nicht möglich

☐ das entlehene Werk ist
nur im Lesesaal zu
benutzen

☐ Bitte nur über Dt. Post AG
zurücksenden (Kein Kurier)!

**Fachinformationszentrum der
Bundeswehr
Fernleihe / Ortsleihe
Gorch-Fock-Str. 5/7
53229 Bonn
Tel. 0228-845-410/412
BwKz. 3431**



Sigel: 1073; BW-Sigel:036

Abbildung 4: Fristzettel



Abbildung 5: Startseite des „Wissensportals“
<http://166.87.4.2:8080/portalW/> [Zugriff am 24.05.2011]

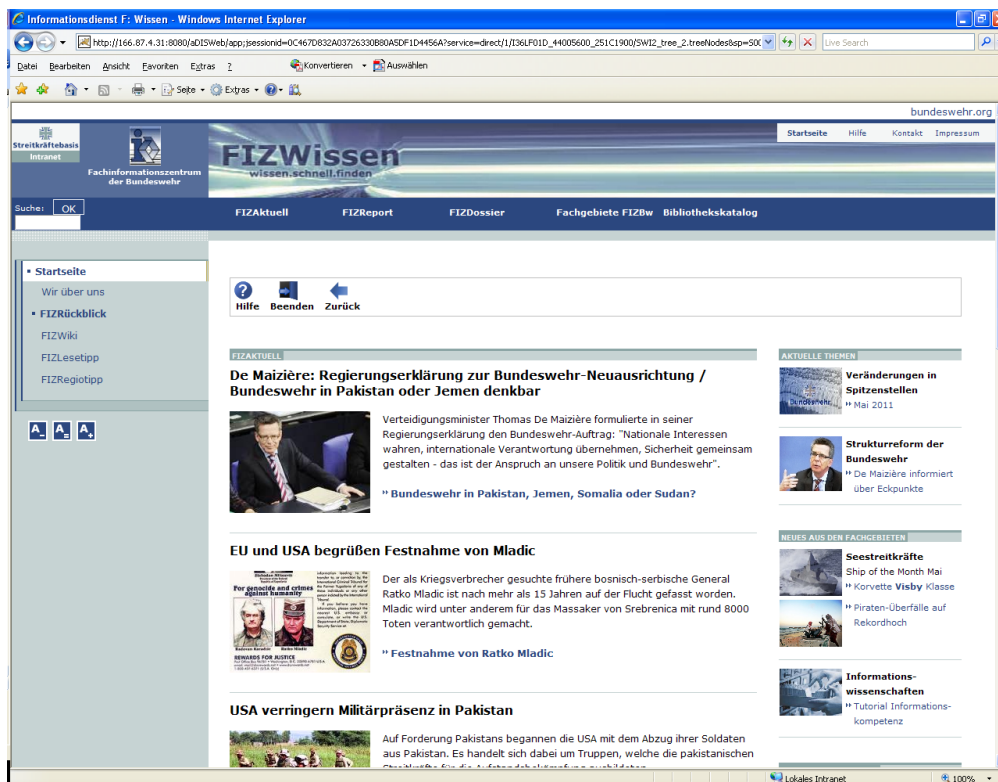


Abbildung 6: Startseite von „FIZWissen“
[http://166.87.4.31:8080/aDISWeb/app?service=direct/0/Home/\\$DirectLink&sp=S166.87.4.31%3A4204](http://166.87.4.31:8080/aDISWeb/app?service=direct/0/Home/$DirectLink&sp=S166.87.4.31%3A4204) [Zugriff am 27.05.2011]

BblAmtFr Rüffer

BblAR'in Rüffer

Abbildung 7: Türbeschriftung

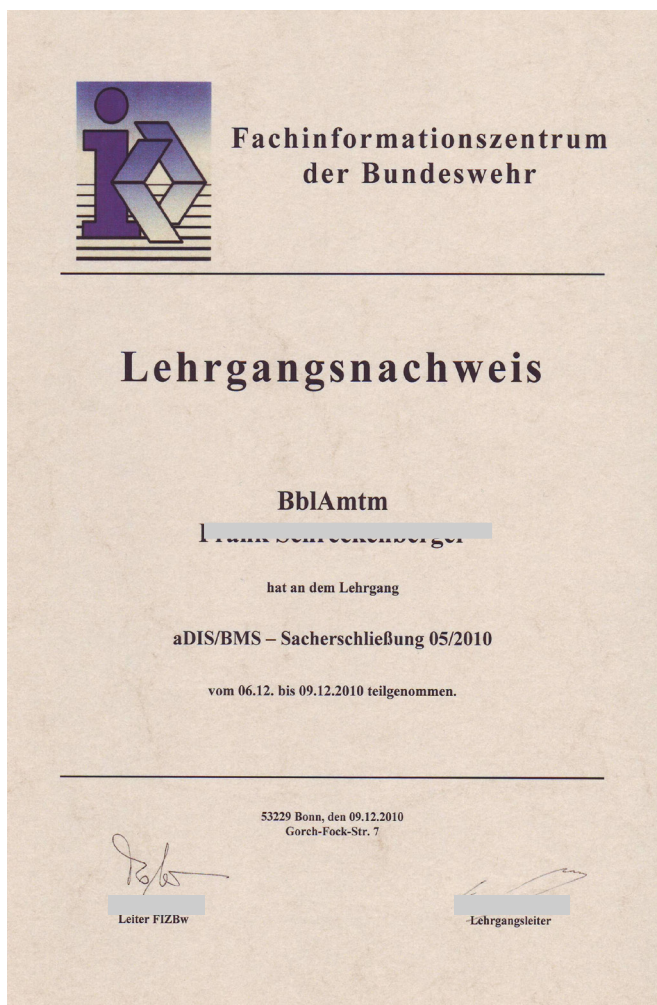


Abbildung 8: Lehrgangsnachweis



Sacherschließung in der Fachinformationsunterstützung der Bundeswehr

Regelwerksaussagen und Regelwerksanwendung


Ausbildung für Herrn _____ und Herrn _____
am 15. und 16.12.2010

Abbildung 9: Präsentationsfolie



Abbildung 10: Begleitzettel zum Flyer

Fachinformationszentrum der Bundeswehr
Dezernat III 1 2



Fachinformationsunterstützung
der Bundeswehr

Abt. SKA Abt III 1 FIZBw, Gorch-Fock-Straße 5-7, 53229 Bonn
Herrn [REDACTED]

Aktenzeichen
52-01-00

Bearbeiter
[REDACTED]

Telefon (Durchwahl) Datum
34 31 311 07.09.2010

Betreff: Bewerbung als Honorarmitarbeiter

Bezug: Ihre E-Mail vom 27.08.2010

Sehr geehrter Herr [REDACTED]

für Ihre Nachricht vom 27. August 2010, in der Sie Ihr Interesse an einer Honorarmitarbeitertätigkeit im Fachinformationszentrum der Bundeswehr bekunden, danke ich Ihnen.

Ihre Anfrage zur Mitarbeit in der Verteidigungsdokumentation kommt zum richtigen Zeitpunkt, da ich derzeit mit meinen Fachdezernenten den Pool unserer aktuellen Honorarmitarbeiter „durchforste“ und teilweise erneuere.


Zur Vervollständigung meiner Unterlagen bitte ich Sie, mir den von Ihnen gewünschten Zeitpunkt für den Beginn Ihrer Mitarbeit beim Fachinformationszentrum der Bundeswehr mitzuteilen.

Im Auftrag
Im Original gezeichnet
[REDACTED]

Oberstleutnant

Streitkräfteamt Abteilung III Gruppe 1 Fachinformationszentrum der Bundeswehr
 Dienstort: Gorch-Fock-Straße 5-7 Telefon: (02 28) 845 - 0 Postanschrift: Gorch-Fock-Straße 5-7
 53229 Bonn FspNBw: 34 31 - 34 31 - 53229 Bonn
 Fax: 34 31 185 E-Mail: [REDACTED]

Abbildung 11: Schriftverkehr




Bundeswehr


[REDACTED]
Technischer Regierungsdirektor

Dienstort:
Gorch-Fock-Strasse 5-7
53229 Bonn
Postanschrift:
53109 Bonn E-Mail: [REDACTED]@bundeswehr.org

Streitkräfteamt
Abt III 1 FIZBw
Gruppenleiter



Tel.: 02 28 - 8 45 - 1 47
FspNBw: 34 31 - 1 47
Fax: - 8 45




Bundeswehr


[REDACTED]
Oberstleutnant

Dienstort:
Gorch-Fock-Strasse 5-7
53229 Bonn
Postanschrift:
53109 Bonn E-Mail: [REDACTED]@bundeswehr.org

Streitkräfteamt
Abt III 1 FIZBw
DezLtr 2



Tel.: 02 28 - 8 45 - 3 11
FspNBw: 34 31 - 3 11
Fax: - 1 85




Bundeswehr

[REDACTED]
Bibliotheksrätin

Dienstort:
Gorch-Fock-Strasse 5-7
53229 Bonn
Postanschrift:
53109 Bonn E-Mail: [REDACTED]@bundeswehr.org

Streitkräfteamt
Abt III 2 FIZBw
Dezernatsleiterin



Tel.: 02 28 - 8 45 - 2 00
FspNBw: 34 31 - 2 00
Fax: - 1 85

Abbildung 12: Visitenkarten



Abbildung 13: Hinweistafel Haupteingang FIZBw



Abbildung 14: Klingelschild Haupteingang FIZBw



Abbildung 15: Hauptgebäude FIZBw



Abbildung 16: „FIZAktuell“ innerhalb von „FIZWissen“

[http://166.87.4.31:8080/aDISWeb/app.jsessionid=0C467D832A03726330B80A5DF1D4456A?service=direct/1/I36LF01D_44005600_251C1900/\\$Tree\\$0.treeNodes&sp=SW1&requestCount=16](http://166.87.4.31:8080/aDISWeb/app.jsessionid=0C467D832A03726330B80A5DF1D4456A?service=direct/1/I36LF01D_44005600_251C1900/$Tree$0.treeNodes&sp=SW1&requestCount=16) [Zugriff am 27.05.2011]



Abbildung 17: „FIZReport“ innerhalb von „FIZWissen“

[http://166.87.4.31:8080/aDISWeb/app.jsessionid=0C467D832A03726330B80A5DF1D4456A?service=direct/1/I36LF01D_44005600_251C1900/\\$Tree\\$0.treeNodes&sp=SW2&requestCount=17](http://166.87.4.31:8080/aDISWeb/app.jsessionid=0C467D832A03726330B80A5DF1D4456A?service=direct/1/I36LF01D_44005600_251C1900/$Tree$0.treeNodes&sp=SW2&requestCount=17) [Zugriff am 27.05.2011]



Abbildung 18: „FIZDossier“ innerhalb von „FIZWissen“

[http://166.87.4.31:8080/aDISWeb/app.jsessionid=0C467D832A03726330B80A5DF1D4456A?service=direct/1/I36LF01D_44005600_251C1900/\\$Tree\\$0.treeNodes&sp=SW3&requestCount=18](http://166.87.4.31:8080/aDISWeb/app.jsessionid=0C467D832A03726330B80A5DF1D4456A?service=direct/1/I36LF01D_44005600_251C1900/$Tree$0.treeNodes&sp=SW3&requestCount=18) [Zugriff am 27.05.2011]



Liebe Nutzerinnen und Nutzer,
Leserinnen und Leser
der Bundeswehr-Fachinformation,

der Fachdezernent Landstreitkräfte im Fachinformationszentrum der Bundeswehr geht in den Einsatz. Meine Aufgabe wird die Betreuung als Hörsaalleiter und Junior Mentor eines 26wöchigen Generalstabslehrganges an der Afghanischen Defense Akademie (ADU) in Kabul sein.

Während dieses Zeitraumes vom April bis September ist eine Herausgabe von Heften des Fachgebietes Landstreitkräfte, die eine Zusammenfassung von im FIZBw erschlossenen Artikeln und Büchern (Monografien) beinhalten, nicht im gewohnten Rahmen möglich. Die Bearbeitung und Erfassung von verteidigungs- und einsatzrelevanten Inhalten findet jedoch weiterhin statt.

Interessierte Nutzer/innen können über folgenden Intranetlink auf eine Suchmaske des FIZBw zugreifen und sich mit Hilfe von Schlagworten aktuelle Ergebnisse anzeigen lassen.

<http://166.87.4.2:8080/portalW/>
Suche im Verbundkatalog

The screenshot shows the 'Suche im Verbundkatalog Fachinformation (FACHINFOUSTGBW)' interface. It includes a search bar with the text 'Suchbegriff', a 'Suche' button, and a 'VERBUNDKATALOG' section. The search results are displayed in a table with columns for 'Suche', 'Schlagwortverz.', 'Fachgebiete', and 'VORSCHRIFTEN ONLINE'. The results show 'Afghanistan' as the primary search term.

Über die Fachinformationseinrichtungen Ihrer Dienststelle sowie über die Dokumentenbereitstellung des FIZBw können ausgewählte Dokumente weiterhin in gewohnter Weise angefordert werden.

Ihr

Oberstleutnant und
Fachdezernent Landstreitkräfte

Abbildung 19:
Editorial von „Landstreitkräfte“ der
„Bw-Fachinformation“

Sehr geehrte
Leserinnen und Leser,

„Die Zukunft zu gestalten, ist immer auch eine Herausforderung! Wir alle neigen dazu, tief greifenden Veränderungen aus verschiedensten Gründen eher skeptisch zu begegnen. Mit der jetzt eingeleiteten umfassenden Neugestaltung haben wir gute Chancen, die Bundeswehr so zu gestalten, dass sie ihre Aufgaben besser wird bewältigen können als bisher“, so der Generalinspekteur in einer Unterrichtung der Angehörigen der Bundeswehr und des Verteidigungsministeriums zum Bericht der Strukturkommission, der am 26. Oktober durch Dr. Frank-Jürgen Weise an Verteidigungsminister Dr. Karl-Theodor Freiherr zu Güttenberg übergeben wurde.

Der Bericht mit dem Titel „Vom Einsatz her denken – Konzentration, Flexibilität, Effizienz“ bildet zusammen mit dem „Bericht zum Prüfungsauftrag aus der Kabinettsklausur vom 7. Juni 2010“ des Generalinspektors der Bundeswehr, General Volker Wierke, nun die Grundlage, um die Richtungsentscheidungen für die Zukunft der Bundeswehr vorzubereiten.

Im Mittelpunkt der Reform stehen die Konzentration aller Teile des Geschäftsbereichs des Bundesministers der Verteidigung – Ministerium, Streitkräfte, Territoriale Wehrverwaltung und Rüstung – auf ihre jeweiligen Kernaufgaben, mehr Flexibilität und höchste Effizienz der Prozesse und der Organisation.

Die Marine muss sich mit ihrer Neuausrichtung diesen Entwicklungen anpassen. Insbesondere beim Personal wird es zu harten Einschnitten führen, da im Hinblick auf die Einsatzverpflichtung die Strukturen und der Personalkörper bereits in der Vergangenheit konsequent optimiert, gestrafft und hochintegriert wurden. Künftige Aufgaben müssen also mit weniger personalintensiven Einheiten bewältigt werden. Mehrbesatzungs- und Intensivnutzungskonzepte tragen dieser Entwicklung Rechnung.

Die Deutsche Marine muss, trotz der anstehenden politischen Entscheidungen, auch in Zukunft sowohl in ihren Heimatgewässern, aber auch im multinationalen Rahmen weit entfernt vom Heimatland und auf hoher See nachhaltig eingesetzt werden können. Alleinstellungsmerkmal der Marine ist dabei die Option zum militärischen Handeln in verschiedensten Eskalationsstufen in allen drei Dimensionen.



Fachdezernat für Seestreitkräfte

Auch in diesem Jahr sind die Operationen UNIFIL und ATALANTA fester Bestandteil in der vom Parlament beauftragten Einsatzplanung der Marine. In Zusammenarbeit mit den Vereinten Nationen, den alliierten Partnern sowie NATO und Europäischer Union begegnet die Deutsche Marine den vielfältigen Herausforderungen im maritimen Umfeld und leistet als Hauptträger der maritimen Fähigkeiten der Bundeswehr einen wesentlichen Beitrag zu den mandatierten Einsätzen als auch zur Bündnis- und Landesverteidigung in den heimischen Gewässern sowie zum Schutz aller Bürgerinnen und Bürger.

Die Hefreihe 14 des Fachinformationszentrums der Bundeswehr bietet Ihnen auch im Jahr 2011 einen Einblick in das breite Spektrum heutiger und zukünftiger Entwicklungen der Deutschen Marine. Dabei schaut sie aber auch immer über den „Tellerrand“, um zu zeigen, wie unsere „Nachbarn“ ihre Seestreitkräfte vor dem Hintergrund der veränderten sicherheitspolitischen Rahmenbedingungen weiterentwickeln.

Das erste Heft im neuen Jahr bietet einen querschnittlichen Einblick in aktuelle Entwicklungen der Seestreitkräfte weltweit – von konzeptionellen Grundlagen bis hin zu neuen Waffensystemen.

Ich wünsche Ihnen eine interessante Lektüre.

Abbildung 20:
Editorial von „Seestreitkräfte, Marine Corps, Marineinfanterie“ der
„Bw-Fachinformation“

Sehr geehrte Leserinnen und Leser,

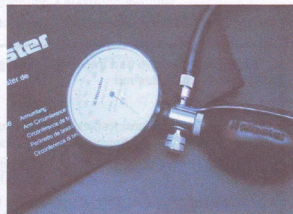
Gesundheitsprophylaxe durch körperliche Fitness gewinnt in der heutigen Zeit zunehmend an Bedeutung. Volkswirtschaftlich gesehen ließen sich enorme Kosten durch eine verbesserte körperliche Fitness der Bevölkerung sparen. Risikofaktoren wie Stress, Übergewicht, Alkohol- und Nikotinkonsum sowie Fehlernährung und körperliche Inaktivität führen zu gesundheitlichen Einbußen. Die demografische Entwicklung Deutschlands zeigt eine höhere Lebenserwartung der Bevölkerung auf, unser Körper muss länger arbeiten. Im Interesse des Einzelnen sollte es daher liegen, die eigenen Risikofaktoren zu minimieren und sich körperlich fit zu halten.

Als Soldat steht man auf der einen Seite in der Pflicht, hat jedoch auch das Recht auf körperliches Training. Die Dokumente aus Kapitel 10 zeigen, dass dieses Training schon länger nicht mehr nur auf der Hindernisbahn oder im Gelände stattfinden muss. Neue Fitnessgeräte werden vorgestellt. Es stellen sich die Fragen, wieviel Fitness- und Ausdauertraining braucht der Mensch, wie sieht effektives Ausdauertraining aus?

Auch das dritte Heft der Reihe des Sanitätsdienstes befasst sich neben den oben beschriebenen mit einer Vielzahl von Themen. Wie immer soll es einen Einblick in die unterschiedlichen Fachgebiete der Medizin geben. Besonders aus dem Bereich Einsatzmedizin und Ausbildung im Sanitätsdienst finden sich wieder interessante Dokumente.

Damit verbleibe ich mit kameradschaftlichen Grüßen

Oberstabsarzt



(Quelle: 2010 Bundeswehr De Castro)

Abbildung 21: Editorial von „Sanitätsdienst, Gesundheitswesen“ der „Bw-Fachinformation“

Vorbemerkungen

Sehr geehrte Leserinnen und Leser,

unter den zahlreichen in diesem Heft aufgeführten Literaturstellen von Publikationen im Fachgebiet Waffen- und Munitionstechnik findet sich in Kapitel 1 das im Auftrag der Wehrtechnischen Studiensammlung des Bundesamtes für Wehrtechnik und Beschaffung herausgegebene Werk

Rüstung und Rüstungsprobung in der deutschen Marinegeschichte – Die Torpedoversuchsanstalt (TVA), auf das ich Sie besonders hinweisen möchte. Im Rahmen einer allgemeinen Technikgeschichte wird darin chronologisch die Entwicklung des Torpedowesens in der deutschen Marine dargestellt, wobei der Schwerpunkt in den Zeitraum von 1890 und 1943 gelegt wurde.



Quelle: Bernard & Graefe

Wohin die Entwicklung auf diesem Sektor führte, zeigt das in Kapitel 10 vorgestellte Dokument YF 3118, welches Ihnen einen Überblick über heutige moderne Schwergewichtstorpedos gibt.

Bei der Wehrtechnischen Dienststelle 91 in Meppen wurden die beiden europaweit ersten Freiflüge einer Rakete mit einem **Gel-Treibstoff-Antrieb** erfolgreich durchgeführt. Dessen Eigenschaften und Vorteile sowie das zugehörige Testprogramm werden in zwei Aufsätzen (YF 4381, YF 3563) in Kapitel 11 vorgestellt.

Abschließend möchte ich Sie auf zwei Fachveranstaltungen aufmerksam machen, die vom Fraunhofer-Institut für Chemische Technologie (ICT), Pfinztal organisiert werden:

- **15.05. – 18.05.2011**
6th European Symposium on Non-Lethal Weapons, Stadthalle Ettlingen.
Internet: <http://www.non-lethal-weapons.com/>
- **28.06. – 01.07.2011**
42. Internationale Jahrestagung: Energetische Materialien – Modelling, Simulation and Characterisation of Pyrotechnics, Propellants and Explosives, Kongresszentrum Karlsruhe.
Internet: http://www.ict.fhg.de/VuM/ICT_Jahrestagung/

Das FIZBw wird die Tagungsbände der vorgenannten Veranstaltungen ebenso wie die der vorangegangenen Tagungen dokumentieren und für Ihre fachliche Arbeit bereitstellen.

Eine gute Lektüre wünscht Ihnen

Fachdezernent 'Waffen und Munitionstechnik'

Abbildung 22: Editorial von „Waffen- und Munitionstechnik“ der „Bw-Fachinformation“

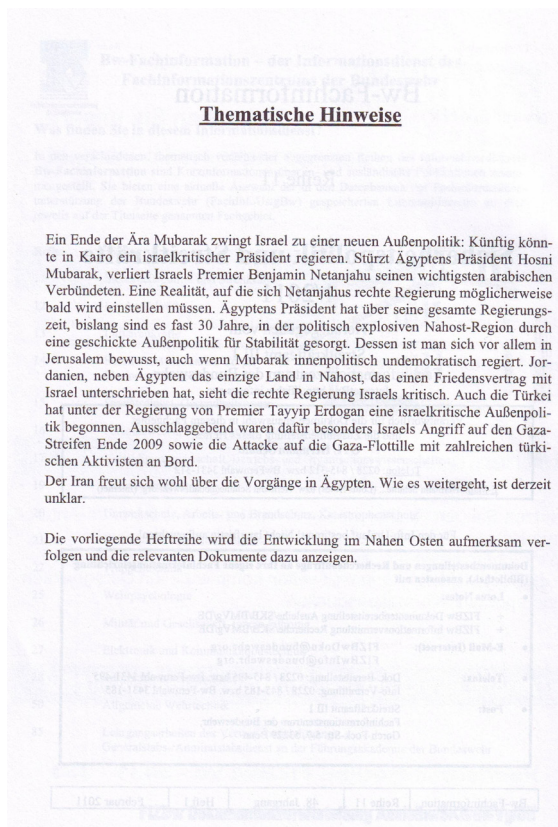


Abbildung 23: Editorial von „Sicherheitspolitik und Streitkräfte“ der „Bw-Fachinformation“



Abbildung 24: „Wir über uns“ im „Wissensportal“
<http://166.87.4.2:8080/portalW/> [Zugriff am 24.05.2011]



Abbildung 25: „Wir über uns“ in „FIZWissen“

http://166.87.4.31:8080/aDISWeb/app.jsessionid=CD7E0E5B481EFC77830F7D4E80406466?service=direct/1/I36LF01D_44005600_251C1900/SWI2_tree_2.treeNodes&sp=S0002&requestCount=0 [Zugriff am 27.05.2011]



Fachinformationen



ohne Titel



ohne Titel

Abbildung 26: Photos in „Wir über uns“ in „FIZWissen“ der Abbildung 25

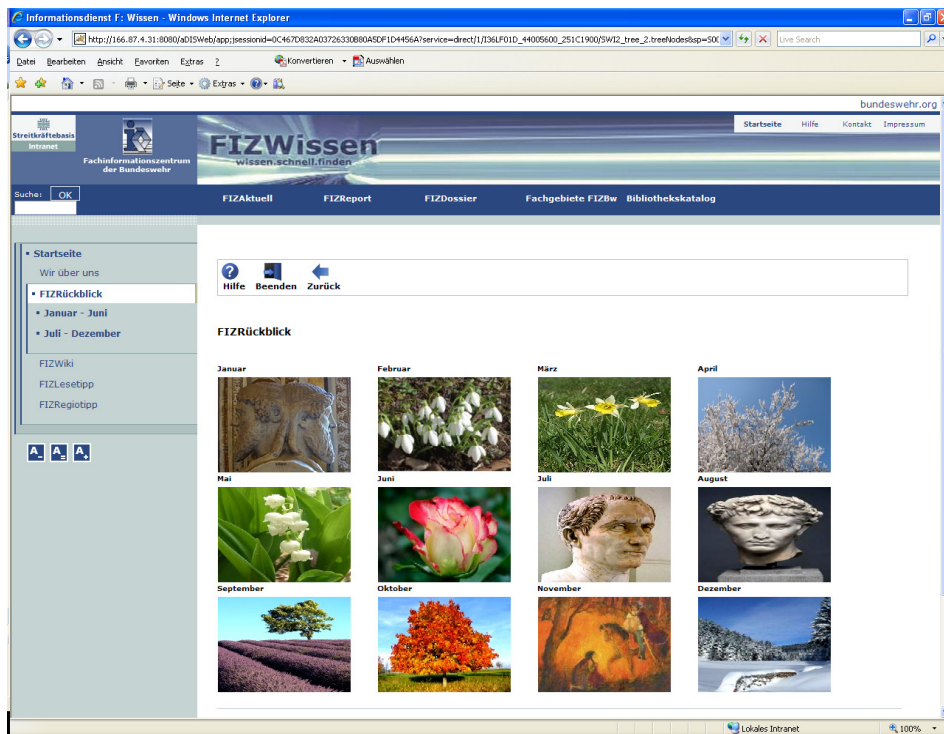


Abbildung 27: Eingangsseite von „FIZRückblick“ innerhalb von „FIZWissen“
http://166.87.4.31:8080/aDISWeb/app.jsessionid=CD7E0E5B481EFC77830F7D4E80406466?service=direct/1/I36LF01D_44005600_251C1900/SWI2_tree_2.treeNodes&sp=S0006&requestCount=1 [Zugriff am 27.05.2011]

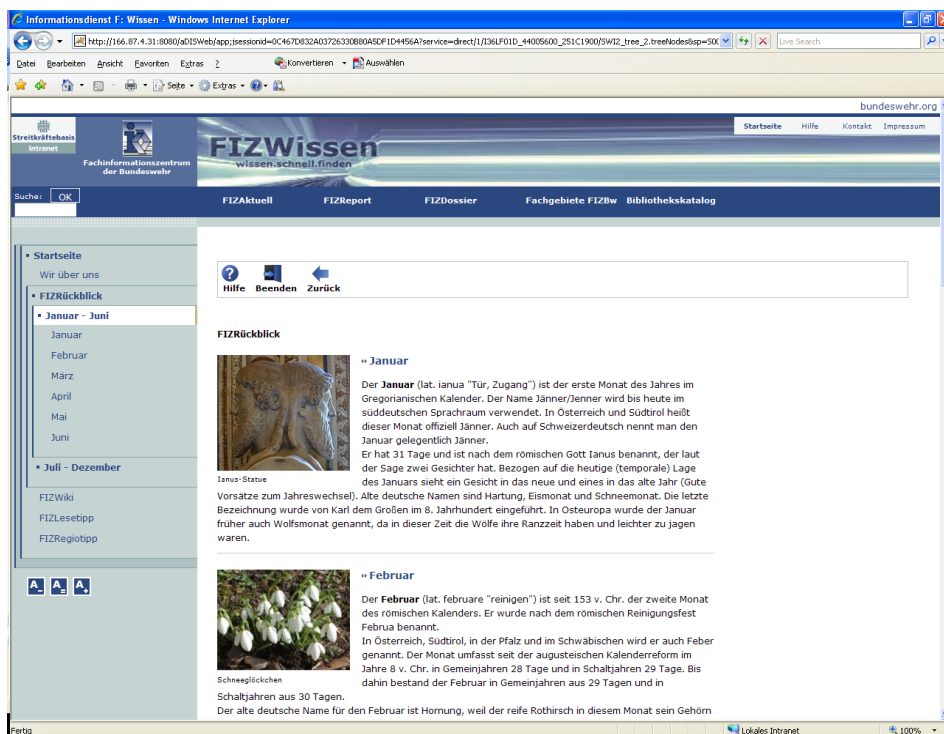


Abbildung 28: Kulturgeschichtliche Beleuchtung der Monatsnamen in „FIZRückblick“
http://166.87.4.31:8080/aDISWeb/app.jsessionid=CD7E0E5B481EFC77830F7D4E80406466?service=direct/1/I36LF01D_44005600_251C1900/SWI2_tree_2.treeNodes&sp=S0007&requestCount=4 [Zugriff am 27.05.2011]



Abbildung 29: „FIZRegiotipp“ innerhalb von „FIZWissen“

http://166.87.4.31:8080/aDISWeb/app.jsessionid=0C467D832A03726330B80A5DF1D4456A?service=direct/1/I36LF01D_44005600_251C1900/SWI2_tree_2.treeNodes&sp=S0005&requestCount=15 [Zugriff am 27.05.2011]



Abbildung 30: Themen-Wiki „Bibliotheks- und Dokumentationswesen Bw“ innerhalb von „FIZWissen“

http://166.87.4.31:8080/aDISWeb/app.jsessionid=CD7E0E5B481EFC77830F7D4E80406466?srie=direct/1/I36LF01D_44005600_251C1900/SWI2_tree_2.treeNodes&sp=S0003&requestCount=5 [Zugriff am 27.05.2011]

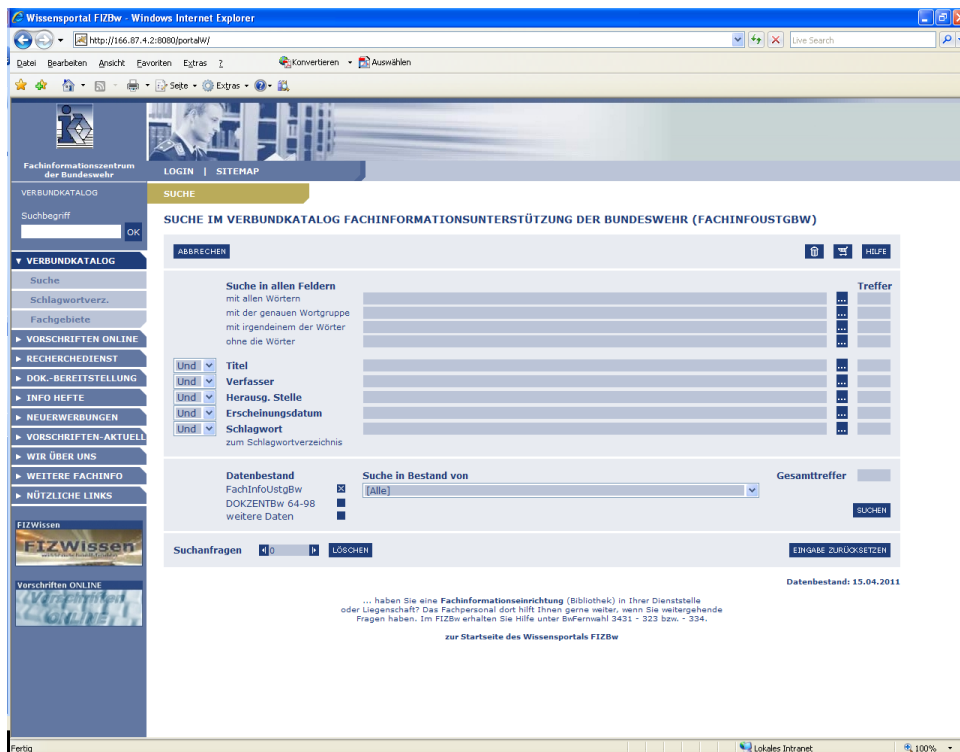


Abbildung 31: Suchmaske des Verbundkatalogs im „Wissensportal“
<http://166.87.4.2:8080/portalW/> [Zugriff am 24.05.2011]

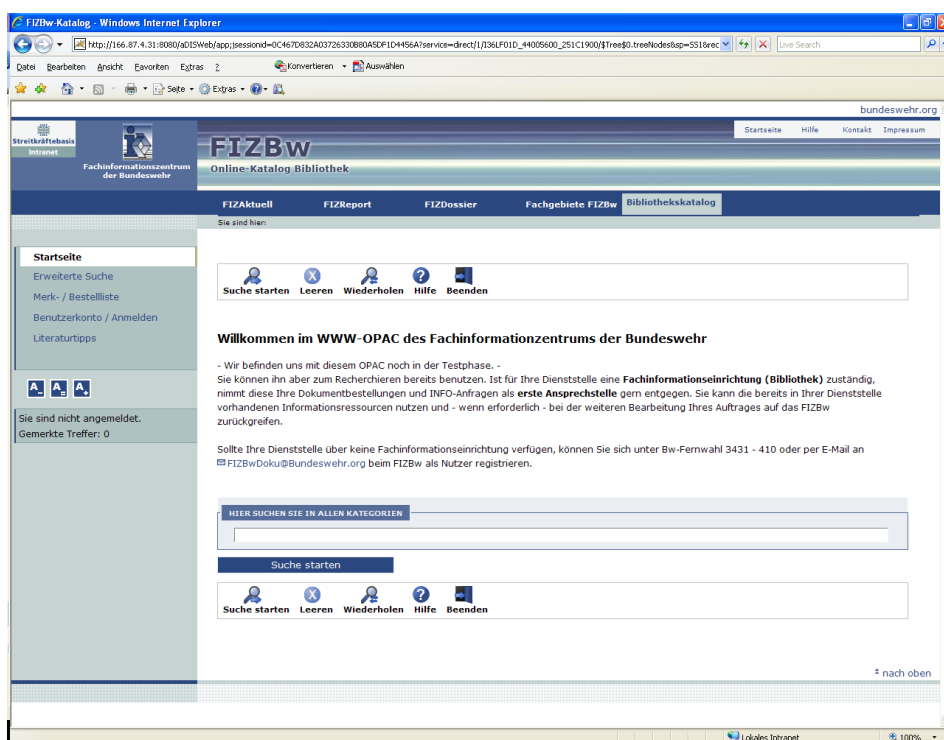


Abbildung 32: Suchmaske des WWW-OPAC des FIZBw innerhalb von „FIZWissen“
[http://166.87.4.31:8080/aDISWeb/app.jsessionid=0C467D832A03726330B80A5DF1D4456A?service=direct/1/I36LF01D_44005600_251C1900/\\$Tree\\$0.treeNodes&sp=SS1&requestCount=20](http://166.87.4.31:8080/aDISWeb/app.jsessionid=0C467D832A03726330B80A5DF1D4456A?service=direct/1/I36LF01D_44005600_251C1900/$Tree$0.treeNodes&sp=SS1&requestCount=20) [Zugriff am 27.05.2011]

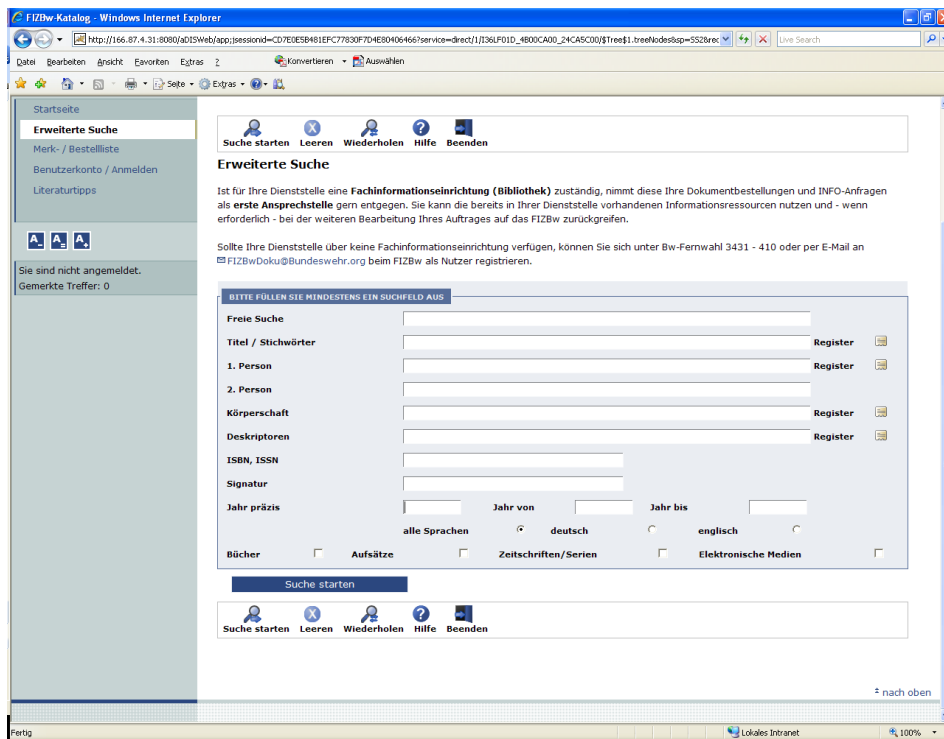


Abbildung 33: Suchmaske der erweiterten Suche des WWW-OPAC innerhalb von „FIZWissen“

[http://166.87.4.31:8080/aDISWeb/app.jsessionid=CD7E0E5B481EFC77830F7D4E80406466?service=direct/1/I36LF01D_4B00CA00_24CA5C00/\\$Tree\\$1.treeNodes&sp=SS2&reqCount=14](http://166.87.4.31:8080/aDISWeb/app.jsessionid=CD7E0E5B481EFC77830F7D4E80406466?service=direct/1/I36LF01D_4B00CA00_24CA5C00/$Tree$1.treeNodes&sp=SS2&reqCount=14) [Zugriff am 27.05.2011]